

RAFAŁ CHMIELEWSKI

PAMIĘTNIK ADWOKATA

SKUTECZNY
BLOG
W NOWOCZESNEJ
KANCELARII
PRAWNEJ

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Redaktor prowadzący: Magdalena Dragon-Philipczyk
Projekt okładki: Jan Paluch

Wydawnictwo HELION
ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE
tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
WWW: <http://onepress.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!
Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres
<http://onepress.pl/user/opinie/pamadw>
Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

ISBN: 978-83-283-2876-1

Copyright © Rafał Chmielewski 2017

Printed in Poland.

- Kup książkę
- Poleć książkę
- Oceń książkę

- Księgarnia internetowa
- Lubię to! » Nasza społeczność

Spis treści

Rozdział 1. Czym jest, a czym nie jest blog prawniczy	11
1. Czy blog jest narzędziem z zakresu mediów społecznościowych	11
2. Komunikacja to podstawa	14
3. W czym blog prawniczy może pomóc kancelarii prawnej	17
4. Czym blog prawniczy nie jest — o mitach	30
Rozdział 2. Blog prawniczy technicznie	41
1. Na czym ten blog postawić?	41
2. Kilka słów na temat serwera	42
3. Optymalna domena dla bloga	44
4. Współpraca z agencją	45
5. Bezpieczeństwo bloga	48
6. Ochrona danych osobowych i polityka cookies	49
7. Forma bloga prawniczego	51
8. Statystyki na blogu	52
9. Gravatar, a co to jest?	53
10. Rejestracja bloga jako czasopisma	54
Rozdział 3. Strategia dla bloga w kancelarii	55
1. Cele strategiczne bloga	56
2. Wybór tematyki bloga	58
3. Blog kilku autorów	68
4. Blogi w dużych kancelariach	70
5. Tytuł i podtytuł bloga	70
Rozdział 4. O Relacji	73
1. O emocjach	75
2. O zaufaniu do kancelarii prawnej	76
3. Drugi filar Relacji	80

Rozdział 5. Jak prowadzić blog prawniczy	87
1. Trzymaj się tej jednej zasady	88
2. Twoja twarz	89
3. Zakładka „O mnie”	90
4. Jak często	94
5. Jak obszernie	97
6. Jak głęboko	99
7. O czym pisać	100
8. Jak pisać	104
9. Czytelność treści	110
10. Gdzie pisać	111
 Rozdział 6. Jak opowiadać historie na blogu prawniczym?	 113
 Rozdział 7. Komentarze	 115
1. Co robić z komentarzami	116
2. Komentarze z prośbą o darmową poradę prawną	119
3. Kto na blogu prawniczym prosi o darmową pomoc prawną	121
 Rozdział 8. Etapy życia bloga prawniczego	 125
 Rozdział 9. Promocja bloga prawniczego	 129
1. Po co promować blog	130
2. Promocja bloga w świecie rzeczywistym	131
3. Promocja bloga w świecie wirtualnym	134
4. Najlepszy sposób na promocję	136
5. Pozostałe metody promocji bloga	137
6. Skąd na to wszystko wziąć czas	148

Rozdział 4.

O Relacji

Kilka lat temu byłem uczestnikiem szkolenia marketingowego dla kancelarii prawnych. Duża sala, lecz niezbyt wielu uczestników. Na podium, a przed ekranem z prezentacją, pewna nie dość znana w naszej branży persona. W pewnym momencie mówi tak: „Pamiętajcie państwo: klient musi wam ufać. Musicie to zaufanie wzbudzać. Musicie nawiązywać z ludźmi relację. Ta relacja to zaufanie”. Trudno odmówić tym słowom prawdziwości. Jednak... Bóg tkwi w szczegółach. I o tych szczegółach będzie w tym rozdziale bardzo dużo.

Jak wiesz, Chińczycy mają w swojej tradycji tysiące najróżniejszych maksym. Jedna z nich mówi tak: „Jeśli planujesz na rok — uprawiaj marchewkę. Jeśli planujesz na lat dwadzieścia — uprawiaj drzewa. Jeśli planujesz na całe życie — uprawiaj ludzi”. Innymi słowy: jeśli chcesz do końca swoich dni wieść żywot człowieka szczęśliwego, naucz się utrzymywać dobre stosunki z ludźmi. Nie ma bowiem na tym świecie nic, co mógłbyś zrobić samodzielnie, bez pomocy innego człowieka. Nawet to, że mogłem stworzyć ten poradnik, nie jest wyłącznie moją zasługą (choć robię to osobiście), ale też mojej żony, która na ten czas przejęła więcej obowiązków domowych, moich pracowników, którzy w większym stopniu zaangażowali się w sprawy firmy i wykonywali część mojej pracy, moich przyjaciół, którzy motywowali mnie do pisania, itd. Dzięki nim wszystkim mogłem poświęcić czas na napisanie książki. Dzięki nim mogę się rozwijać. Tak więc pomoc innych ludzi jest obecna zawsze i wszędzie, dlatego tak istotne jest to, aby Relacje umieć budować i rzeczywiście to robić.

Relacje i dobre stosunki mają oczywiście znaczenie również w świecie zawodowym. Wszelkie spotkania, koktajle, networkingi i konferencje są organizowane po to, aby ludzie mogli się poznać nieco bliżej. Wszyscy wiemy, że kluczowe decyzje w świecie dużych przedsiębiorstw, czy też polityki, są podejmowane na nieformalnych spotkaniach, za kulisami, a umowa czy głosowanie służą jedynie formalnemu potwierdzeniu konsensusu. Kiedy ludzie znają się bliżej, łatwiej im podejmować decyzje, bo mają do siebie więcej zaufania. Steve Jobs wyrzucał do kosza kontrakty mające więcej niż kilka stron. Leszek Czarnecki zakończył sądowy spór jednej ze swoich spółek, spotykając się na kolacji z właścicielem firmy, z którą ten spór toczył. A w web.lex większość stosunków z kancelariami opiera się na wzajemnym zaufaniu, nie zaś na warunkach ustalonych w formalnej umowie. Relacje w życiu są kluczem do powodzenia. Brak Relacji jest kluczem do ciągłych porażek. Dlatego o Relacjach powinno się mówić i powinno się je rozumieć, aby potem umieć je budować.

Temat Relacji ma oczywiście znaczenie także w kancelarii prawnej. A być może jest to znaczenie szczególne. Dlaczego? Odpowiedź jest prosta: klient kancelarii prawnej to ktoś, kto potrzebuje pomocy. Bez względu na to, czy jego problem dotyczy sporządzenia umowy spółki czy ustalenia wyższych alimentów, to zawsze jest to ta sama kategoria emocjonalna: zaufanie i poczucie bezpieczeństwa. Twój klient zwróci się do Ciebie o pomoc, jeśli będzie w stanie Ci zaufać. Jeśli tej Relacji nie będzie, wówczas na pewno do Ciebie nie przyjdzie, gdyż brak Relacji to brak poczucia bezpieczeństwa — o czym za moment.

Dokładnie tak samo jest w prawniczym świecie wirtualnym. Blog w kancelarii służy temu, by budować Relację z czytelnikami — ludźmi, którzy właśnie mają określony problem i poszukują pomocy. Edukowanie, pokazywanie swojej wiedzy i doświadczenia za pomocą bloga nie wystarczy do tego, aby cieszył się on powodzeniem wśród czytelników. Trzeba jeszcze umieć budować w ten sposób Relację. I blog jest narzędziem, które do tego celu

— w przeciwieństwie do strony internetowej — idealnie się nadaje. Od Relacji wszystko się zaczyna i w mojej opinii doczekaliśmy wyjątkowych czasów jako branża prawnicza, gdyż w sposób relatywnie tani możemy, oszczędzając czas, Relację tę nawiązywać z potencjalnie nieograniczoną liczbą ludzi. Wystarczy to wykorzystać.

1. O emocjach

„Co mi pan tu będzie gadał o jakichś emocjach” — usłyszałem kiedyś w jednej z kancelarii. Większość osób uważa, że podejmuje decyzje w sposób racjonalny, że kupuje auta, telewizory i inne rzeczy, skrupulatnie analizując warunki techniczne, warunki zakupu czy warunki gwarancji. Tak samo myślą prawnicy o powodach wybierania ich kancelarii przez klientów. Nic bardziej mylnego. Wszyscy podejmujemy decyzje w stu procentach pod wpływem emocji. I nie ma tu znaczenia, czy chodzi o branżę B2C, B2B czy H2H. Dlaczego?

Wszelkie decyzje, zakupowe czy inne, podejmujesz po dłuższej lub krótszej analizie. Porównujesz szczegóły, warunki, dane, okoliczności i inne obiektywne elementy, aby być pewnym, że dokonujesz właściwego wyboru. Owa pewność wyboru to inaczej zaufanie do sprzedawcy i produktu, że spełni Twoje oczekiwania, czy zaufanie do usługodawcy, że spełni Twoje oczekiwania co do jakości usługi. Zaufanie. A czymże jest zaufanie, jak nie emocją? To jest emocja w czystej postaci. Podobnie klienci kancelarii prawnej przychodzą do niej w potrzebie, mając zaufanie, że ta im pomoże rozwiązać ich problemy. Możemy racjonalizować swoje decyzje, udowadniać sobie i otoczeniu, że postąpiliśmy słusznie, bo o tym świadczą obiektywne okoliczności, ale koniec końców musimy mieć zaufanie do produktu (sprzedawcy/wytwórcy), aby go kupić, czy usługi (usługodawcy), aby z niej skorzystać.

Jest to o tyle istotne, że zaufanie wiąże się ściśle z poczuciem bezpieczeństwa. Obie te emocje są wywoływane przez ten sam hormon

— oksytocynę. Dlatego właśnie nie ma zaufania bez poczucia bezpieczeństwa i poczucia bezpieczeństwa bez zaufania. A przecież, jeśli pamiętasz piramidę potrzeb Maslowa, bezpieczeństwo jest jedną z podstawowych potrzeb człowieka, a dążenie do jej zaspokojenia stanowi bodziec bardzo mocno motywujący do działania. Zaufanie jest zatem silną, pierwotną emocją i warto mieć nad nią kontrolę, warto ją rozumieć i wiedzieć, jak powstaje, aby następnie umieć ją kształtować w świadomości klientów. Także klientów kancelarii prawnej czy czytelników bloga prawniczego.

Możesz się dąsać, kiedy czytasz o emocjach, ale musisz zdać sobie sprawę z tego, że na co dzień także chcesz wpływać na emocje Twoich klientów, tylko że tego tak nie nazywasz. Stosowny ubiór, wygląd kancelarii, zapach w biurze, smak podanej kawy, wizytówki i wszystkie inne działania powinny być przecież profesjonalne. Profesjonalne, czyli... budzące zaufanie.

Emocje poza tym są niezwykle silne. Są z nami dlatego, że natura wyposażyla nas w ten mechanizm, byśmy mogli przetrwać. Byśmy nie musieli myśleć, analizować, dywagować itd. To emocje spowodowały, że zaczęliśmy się rozmnażać i łączyć w plemiona. I zawsze miały wpływ na podejmowane przez nas decyzje. Są z nami od zawsze. Emocje, naturalnie, powstają nagle i są trwałe. Zrodzone w ułamku sekundy zaufanie do kancelarii będzie z klientem do końca życia, chyba że zostanie skutecznie nadwyrężone.

Tak więc zaufanie, które budujemy na blogu prawniczym, to emocje. Relacja z czytelnikiem bloga to emocje. Aby prowadzić blog z sukcesem, musisz nauczyć się na te emocje wpływać i je kształtować. Musisz nauczyć się je potęgować.

2. O zaufaniu do kancelarii prawnej

Wiesz już, że Relacja to przede wszystkim zaufanie. Twój klient przyjdzie do Ciebie tylko wtedy, kiedy będzie miał do Ciebie zaufanie, kiedy będzie wiedział, że jesteś osobą kompetentną, że

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA



Helion SA

Pamiętnik adwokata to swoista encyklopedia wiedzy na temat prawniczego bloga, co czyni z tej książki lekturę absolutnie obowiązkową dla wszystkich prawników, którzy zamierzają pisać lub już piszą owe dzienniki. *Pamiętnik* jest godny polecenia także ze względu na autora, Rafała Chmielewskiego, w moim przekonaniu bowiem nie ma obecnie w Polsce osoby lepiej znającej się na tematyce bloga prawniczego. To bezdyskusyjny „must-read”.

Łukasz Chmielniak,

adwokat, autor bloga

www.bialekolnierzyki.com.pl



Pamiętnik adwokata w sposób wyczerpujący odpowiada na pytanie, jak sprawnie i efektywnie założyć i poprowadzić bloga prawniczego. Rafał Chmielewski w swojej książce wyśmienicie przybliży wszystkie niuanse tej trudnej i jednocześnie ciekawej formy komunikacji, odwołując się do własnych, wieloletnich doświadczeń. Osoba autora — znającego temat od podszewki — gwarantuje wysoki poziom merytoryczny książki. Gorąco polecam!

Monika Markisz,

radca prawny i doradca

podatkowy, autorka bloga

www.podatki-dla-prawnika.pl



Nie jest sztuką założyć bloga. Sztuką jest zrozumieć, jak on działa. Co zrobić, aby czytelnik cię polubił i obdarzył swoim zaufaniem. Od tego miejsca tylko krok do tego, aby czytelnik zechciał być twoim klientem. Tą bezcenną wiedzą Rafał Chmielewski dzieli się w *Pamiętniku adwokata*. To pozycja obowiązkowa dla każdej nowoczesnej kancelarii.

Mikołaj Lech,

rzecznik patentowy, autor bloga

www.znakitowarowe-blog.pl



PATRON:

web.lex

książkiklasybusiness



Księgarnia internetowa:

<http://onepress.pl>



Zamówienia telefoniczne:

0 801 339900



0 601 339900

o n e
p r e s s

Sprawdź najnowsze promocje:

● <http://onepress.pl/promocje>

Książki najchętniej czytane:

● <http://onepress.pl/bestsellery>

Zamów informacje o nowościach:

● <http://onepress.pl/nawosci>

Helion SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: onepress@onepress.pl
<http://onepress.pl>

Cena 59,00 zł

ISBN 978-83-283-2876-1



9 788328 328761