



Агентство цифровой
трансформации

Общество с ограниченной ответственностью
«Девстартер Технолоджи»
ИНН: 3805735564 КПП: 380501001 ОГРН: 1203800019378
8 (800) 1000 431
info@devstarter.ru
<https://devstarter.technology>
Новокузнецк: пр. Строителей 56, оф. 500 – 505
Братск: ул. Вокзальная За
Иннополис: Университетская 5

Предпроектное исследование для ООО «Правовая стратегия»



ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

СОСТАВИЛИ

ООО «ДевСтартер Технолоджи»

№ п/п	Должность ответственного	Подпись, расшифровка	Дата	Примечание
1	Проектный менеджер	Шарина А.Т.		-

СОГЛАСОВАНО

ООО «Правовая стратегия»

№ п/п	Должность ответственного	Подпись, расшифровка	Дата	Примечание
1				
2				
3				



DevStarter

Агентство цифровой
трансформации



Оглавление

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ	3
1. Предпроектное исследование в области бизнес-процессов юридических компаний	9
2. Характеристика агентства юридических услуг «Правовая стратегия»	11
3. Услуги	15
3.1. Физические лица	15
3.1.1. Аудит правовой документации	15
3.1.2. Юридическое сопровождение деятельности	16
3.1.3. Жилищные дела	17
3.1.4. Наследственные дела	17
3.1.5. Семейные дела	17
3.1.6. Сделки	17
3.1.7. Споры по защите прав потребителей	18
3.1.8. Земельные дела	18
3.1.9. Трудовые дела	18
3.1.10. Иные гражданские дела	18
3.2. Юридические лица и Индивидуальные предприниматели	18
3.2.1. Вариант 1	19
3.2.2. Вариант 2	19
3.2.3. Вариант 3	20
3.2.4. Вариант 4	20
4. Конкурентоспособность	22
4.1. SWOT-анализ	22
Стратегия 1. Сильные стороны – возможности. Стратегия роста.	25
Стратегия 2. Слабые стороны – возможности.	26
Стратегия 3. Сильные стороны – угрозы.	26
Стратегия 4. Слабые стороны – угрозы.	27

4.2.	Конкуренты	27
5.	Рекомендации для усовершенствования деятельности агентства	31
5.1.	Интернет-представительство	31
5.1.1.	Предполагаемый прототип сайта	32
5.1.2.	Блок «О нас»	32
5.1.3.	Блок «Услуги»	33
5.1.4.	Блок «Кейсы»	34
5.1.5.	Блок «Отзывы»	35
5.1.6.	Блок «Публикации»	37
5.1.7.	Блок «Специалисты»	38
5.1.8.	Форма «Обратная связь»	39
5.1.9.	Блок «Контакты»	40
5.2.	Автоворонка.	40
5.3.	Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)	41
5.4.	Чат-боты	44
6.	Внедрение и стоимость работ	47
7.	Заключение	48



DevStarter

Агентство цифровой
трансформации



DevStarter

Агентство цифровой
трансформации



1. Предпроектное исследование в области бизнес-процессов юридических компаний

В условиях современного рынка предприятию для успешного функционирования важно фокусировать внимание не только на текущей экономической ситуации, но и правильно оценивать перспективы при долгосрочном планировании. Для того, чтобы найти правильный подход для решения возникающих задач, с которыми сталкивается компания необходимо понимать организацию ее бизнес-процессов.

Проблема построения модели бизнеса и отдельных бизнес-процессов в организации является актуальной, так как необходимо четко знать, что нужно рынку, и в каком виде это преподнести, как выделить свою компанию среди конкурентов. Адекватная формулировка и описание модели деятельности, которая систематизирована звеньями – бизнес-процессами, охватывающими приоритетные направления, может стать основой процветания бизнеса.

Графическое представление системы деятельности, поиск путей оптимизации деятельности компании, позволяющее определить, как компания работает в целом и как организована деятельность на каждом рабочем месте, является основой моделирования бизнес-процессов организации.

Целью аудита юридического агентства является знакомство со всеми сотрудниками агентства, направления деятельности и организации работы, изучение проблемы совершенствования информационного обеспечения управления организацией, анализ документооборота, формирования рекомендаций и проведения мероприятий по совершенствованию бизнес-процессов для эффективного функционирования организации.

Объектом исследования является компания, деятельность которой осуществляется в правовой сфере – Юридическое агентство «Правовая стратегия».

Предпроектное обследование состоит из следующих этапов:

- Интервью.

Проводится интервью с заказчиком (обычно в очной форме, но можно и дистанционно), выясняют все аспекты бизнес-процессов, имеющейся информационной среды, пытаются понять, каким заказчик видит конечный результат. Чтобы данный этап завершился успешно, необходим высокий уровень вовлеченности со стороны

заказчика, так как от полноты и корректности ответов будет зависеть конечный результат. Кроме главы организации, опрос проводится также среди вовлеченных в бизнес-процессы сотрудников. В результате интервью мы получаем целостную картину о работе предприятия.

- Разработка концепции.

На основе информации, полученной из интервью, мы разрабатываем несколько концепций реализации проекта, выбираем необходимое ПО, составляем план доработок, исправлений и улучшений.

- Отчет.

После завершения предпроектного обследования заказчик получает отчет, в котором содержится следующее:

- Характеристика структуры предприятия;
- Услуги, предоставляемые физическим и юридическим лицам;
- Анализ конкурентов и предполагаемый вариант разработки публичного сайта с точки зрения Интернет-представительства;
- Постановка целей, определение границ проекта;
- Варианты внедрения;
- Стоимость и план-график работ.

Преимущества предпроектного обследования:

- Оценка предприятия;
- Рекомендации по усовершенствованию деятельности агентства;
- Предполагаемый вариант разработки публичного сайта;
- Сроки и стоимость реализации необходимого проекта;
- После ППО заказчик будет лучше осведомлен о состоянии программного и технического обеспечения предприятия.



2. Характеристика агентства юридических услуг «Правовая стратегия»

Юридическое агентство «Правовая стратегия» – небольшая стабильно развивающаяся юридическая фирма, которая существует на рынке более 10 лет. Предприятие является Обществом с ограниченной ответственностью.

Руководителями юридического лица являются: Викторова Анастасия Алексеевна и Литвинова Ольга Васильевна.

Ольга Васильевна и Анастасия Алексеевна проживают в г. Новокузнецке. Прошли обучение в НФИ КемГУ на юридическом факультете, который окончили в 2013 г. Начали трудиться по специальности с института и на сегодняшний день имеют опыт работы более 12 лет.

Офис компании территориально располагается в Центральном районе города Новокузнецка, по адресу: проспект Дружбы, д. 58.

Дата регистрации ООО «Правовая стратегия»: 01.10.2013 г.

Реквизиты

Полное название организации	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ПРАВОВАЯ СТРАТЕГИЯ"
Английское название	ООО "PRAVOVAYA STRATEGIYA"
Адрес	Кемеровская область - Кузбасс, г. Новокузнецк, проспект Кузнецкстроевский (Центральный Р-Н), д. 24 кв. 34
Уставный капитал	10 000 руб.
ОКФС	Частная собственность
ОКОПФ	Общества с ограниченной ответственностью
ОКОГУ	Организации, учрежденные юридическими лицами или гражданами, или юридическими лицами и гражданами совместно
ИНН	4217157318
ОГРН	1134217007814
КПП	421701001
ОКАТО	Кемеровская область - Кузбасс, Новокузнецк, Центральный
ОКПО	16696133

ОКТМО

Кемеровская область, Городские округа Кемеровской области - Кузбасса, Новокузнецкий, г Новокузнецк

Структура персонала отображена на рисунке 1.

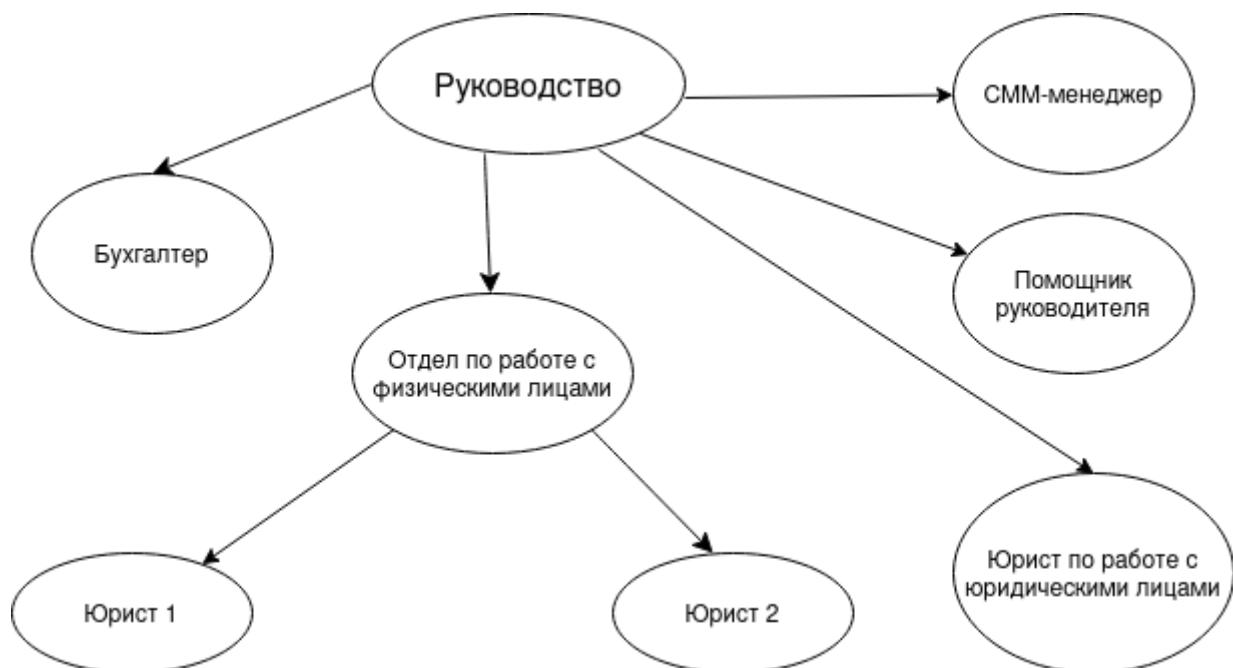


Рисунок 1. Структура персонала

Численность персонала в организации на 01 августа 2023 года, составляет 6 человек:

- 2 руководителя и по совместительству юристы,
- 1 старший юрист,
- 2 рядовых юриста,
- Помощник руководителя.

Обязанности работников подробно описаны в таблице 1.

Таблица 1 - Структура персонала

Должность	Имя	Обязанности	Кол-во
Руководитель	Викторова Анастасия Алексеевна	<ul style="list-style-type: none"> • Контроль за деятельностью организации. • Первичная консультация и передача дел юристам. • Контроль за продажами. 	2



	Литвинова Ольга Васильевна	<ul style="list-style-type: none">● Коммуникация с клиентами.● Ведение дел.● Продажа услуг.● Поиск новых клиентов.	
Помощник руководителя	Кушакова Екатерина Анатольевна	<ul style="list-style-type: none">● Встреча клиентов.● Запись на консультации.● Выполнение поручений руководителей и юристов.● Отправка корреспонденции.● Покупка необходимых предметов для офиса.● Контроль за корректной работой оргтехники.	1
Старший юрист	Языкова Дарья Андреевна	<ul style="list-style-type: none">● Коммуникация с клиентами.● Консультация клиентов.● Ведение дел физических лиц.● Распределение работы между сотрудниками.● Составление документов.	1
Ведущий юрисконсульт	Дашкова Анастасия Александровна	<ul style="list-style-type: none">● Коммуникация с клиентами.● Ведение дел юридических и физических лиц.● Консультация клиентов.● Составление документов.	1
Юрист	Кочеткова Екатерина Анатольевна	<ul style="list-style-type: none">● Ведение дел юридических лиц.● Составление документов.	1



Юридическое агентство «Правовая стратегия» использует услуги бухгалтерского аутсорсинга и в своей структуре не имеет штатного бухгалтера.

Ведением страниц агентства в социальных сетях, также занимается СММ-менеджер на аутсорсинге.

Организационная структура позволяет создать четкую картину внутренней среды компании, это инструмент, с помощью которого можно придерживаться порядка в принятии решений и преодолевать различные разногласия. Организационная структура агентства представляет собой линейную структуру. Это означает, что существует четкое распределение обязанностей и ответственности.

Плюсы линейной структуры: согласованность действий, разграничение руководителей и подчиненных, простота управления, личная ответственность руководителя за результаты деятельности подчиненных.



3. Услуги

Юридическое агентство «Правовая стратегия» оказывает любые виды юридических услуг, во всех отраслях гражданского и административного права, услуги, как для физических, так и юридических лиц.

3.1. Физические лица

3.1.1. Жилищные дела

- Сопровождение сделки с недвижимостью;
- О выделении доли в жилом помещении в натуре;
- Предоставление жилья в связи со сносом;
- Выселение;
- Вселение;
- Признание права пользования жилым помещением;
- Об устраниении препятствий в пользовании жилым помещением;
- Истребование имущества из чужого незаконного владения.

3.1.2. Наследственные дела

- Оспаривание завещания;
- Включение имущества в наследственную массу;
- Установление факта принятия наследства;
- Об установлении факта родственных отношений;
- О признании права в порядке наследования;
- Признание наследника недостойным;
- Оспаривание сделок умершего;
- Взыскание долга с наследников умершего.

3.1.3. Семейные дела

- Расторжение брака;
- Раздел общего имущества супругов;
- Взыскание алиментов;
- Порядок общения с ребенком;
- Установление отцовства;
- Лишение родительских прав;
- Определение места жительства ребенка.



3.1.4. Сделки

- Признание сделки недействительной (признание недействительными договора дарения, купли-продажи, договора подряда и иного договора гражданского-правового характера);
- Признание договора незаключенным;
- Применение последствий ничтожного договора;
- Признание права собственности на жилое/нежилое помещение при недействительной сделке.

3.1.5. Споры по защите прав потребителей

- Расторжение договора купли-продажи;
- Взыскание денежной суммы за некачественный товар;
- Взыскание неустойки, штрафа, пени;
- Взыскание компенсации морального вреда;
- Нарушение сроков исполнения обязательств;
- Устранение недостатков выполненной работы.

3.1.6. Земельные дела

- Установление границ;
- Устранение препятствий в пользовании земельным участком;
- Признание границ установленными и согласованными;
- Сервитут;
- Признание права на земельный участок.

3.1.7. Трудовые дела

- Взыскание заработной платы;
- Признание увольнения незаконным;
- Признание факта трудовых отношений;
- Восстановление на работе;
- Изменение записи в трудовой книжке об основаниях увольнения.

3.1.8. Иные гражданские дела

- Взыскание денежных средств по договору займа;
- Возмещение убытков;
- Вред, причиненный здоровью;
- Взыскание неосновательного обогащения;
- Споры с застройщиками, в том числе по защите прав потребителей;
- Дела о ДТП.



3.2. Юридические лица и Индивидуальные предприниматели

Специалисты ООО «Правовая стратегия» имеют огромный опыт во всех областях права, кроме уголовной. В том числе сотрудники прошли курсы повышения квалификации в сфере прав на результаты интеллектуальной деятельности, широко применяемых в договорах франчайзинга (коммерческой концессии), трудовых правоотношениях, лицензионных договорах и иных сферах деятельности. Компания на протяжении 10 лет успешно сопровождает деятельность организаций и предпринимателей, тем самым сэкономив своим клиентам более миллиарда рублей.

Услуги для юридических лиц:

- Юридические консультации;
- Правовой анализ документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, требований, актов, и др.;
- Составление правовых документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, ответов на претензии, требований, ответов на требования, актов, жалоб и др.;
- Отправка составленных правовых документов почтой России;
- Регистрация и ликвидация организации;
- Внесение изменений в учредительные документы;
- Внесение изменений в сведения, содержащиеся в ЕГРЮЛ;
- Представление интересов в судах;
- Сопровождение сделок, представление интересов компании в коммерческих и некоммерческих организациях (подача и получение необходимых документов, ведение переговоров).

3.2.1. Аудит правовой документации

- Локальные нормативные акты (правила внутреннего трудового распорядка, положения, регламенты, правила, соглашения и т.п.);
- Трудовые договоры, должностные инструкции;
- Договоры, приложения и дополнительные соглашения к ним (все договоры с клиентами и контрагентами, включающие договоры аренды, договоры поставки, договоры купли-продажи товара с рассрочкой платежа и иные имеющиеся договоры).
- Корпоративные документы (устав, корпоративный договор, протокол и т.п.).
- Иная, требующая анализа, документация.



Стоимость услуги составляет 15 000-70 000 рублей в зависимости от объема.

По итогам аудита проводится онлайн-встреча и сообщаются итоги аудита, слабых сторонах имеющейся документации и связанных с ними правовых рисках. Также на встрече озвучивается список документов, которые необходимо скорректировать и/или разработать для безопасного осуществления предпринимательской деятельности и минимизации правовых и финансовых рисков.

При отсутствии необходимости в полном аудите, возможна разработка индивидуальное предложение по частичному анализу документов, либо по разработке отдельных видов документов.

3.2.2. Юридическое сопровождение деятельности

- устные юридические консультации Заказчика по вопросам деятельности компании;
- аудит и корректировка имеющейся правовой документации (устав, локальные нормативные акты, трудовые договоры, договоры с контрагентами и т. п.);
- разработка локальных нормативных актов (положений, регламентов, правил и т. п.);
- правовой анализ текущих документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, требований, жалоб, актов, ответов на претензии и др.;
- составление текущих правовых документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, ответов на претензии, требований, ответов на требования, актов, жалоб, ответов на претензии и др.;
- онлайн-встречи с Заказчиком для обсуждения текущих вопросов, касающихся предмета договора;
- онлайн-конференции с сотрудниками компании, либо контрагентами по правовым вопросам, требующим общего разъяснения;
- составление пакета документов для внесения изменений в уставные документы, либо в сведения, содержащиеся в ЕГРЮЛ;
- переговоры и взаимодействие с контрагентами, органами государственной власти, коммерческими организациями по правовым вопросам, связанным с деятельностью компании;



- отправка составленных правовых документов почтой России (почтовые расходы на отправку возмещаются Заказчиком при предъявлении платежных документов об отправке).

Стоимость услуг составляет от 60 000 рублей ежемесячно.

В случае если предложенный вариант не отвечает в полной мере потребностям деятельности, то компания готова разработать иной пакет услуг, с учетом пожеланий клиента.

При необходимости ведения дел в Арбитражных судах, судах общей юрисдикции, возможно заключение отдельного договора на оказание юридических услуг по ведению каждого конкретного дела с последующим взысканием расходов на оплату услуг компании с проигравшей стороны.

Компания может предложить несколько Вариантов ежемесячного юридического сопровождения для бизнеса:

3.2.3. Вариант 1

- устные юридические консультации Заказчика по вопросам деятельности компании;
- правовой анализ документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, требований, актов, и др., общим объемом не более 100 листов;
- составление правовых документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, ответов на претензии, требований, ответов на требования, актов, жалоб и др., общим объемом не более 40 листов;
- выезд к месту нахождения Заказчика для обсуждения текущих вопросов, касающихся предмета договора и сбора необходимых документов, в количестве не более 1 раза в неделю;
- отправка составленных правовых документов почтой России, не более 1 раза в неделю (почтовые расходы на отправку возмещаются Заказчиком при предъявлении платежных документов об отправке).

Стоимость услуг составляет 35 000 рублей ежемесячно.

3.2.4. Вариант 2

- устные юридические консультации Заказчика по вопросам деятельности компании;



- правовой анализ документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, требований, актов, и др., общим объемом не более 200 листов;
- составление правовых документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, ответов на претензии, требований, ответов на требования, актов, жалоб и др., общим объемом не более 80 листов;
- выезд к месту нахождения Заказчика для обсуждения текущих вопросов, касающихся предмета договора и сбора необходимых документов, в количестве не более 2 раз в неделю;
- отправка составленных правовых документов почтой России, не более 2 раз в неделю (почтовые расходы на отправку возмещаются Заказчиком при предъявлении платежных документов об отправке);
- представление интересов в судах общей юрисдикции г. Новокузнецка в количестве 1 дела (полное ведение дела, включающее в себя составление всех необходимых процессуальных документов и представление интересов в суде).

Стоимость услуг составляет 55 000 рублей ежемесячно.

3.2.5. Вариант 3

- устные юридические консультации Заказчика по вопросам деятельности компании;
- правовой анализ документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, требований, актов, и др., в неограниченном количестве;
- составление правовых документов, в том числе договоров, дополнительных соглашений, претензий, ответов на претензии, требований, ответов на требования, актов, жалоб и др., в неограниченном количестве;
- выезд к месту нахождения Заказчика для обсуждения текущих вопросов, касающихся предмета договора и сбора необходимых документов, в количестве не более 3 раз в неделю;
- отправка составленных правовых документов почтой России, не более 3 раз в неделю (почтовые расходы на отправку возмещаются Заказчиком при предъявлении платежных документов об отправке);

- представление интересов в судах общей юрисдикции г. Новокузнецка в количестве 3 дел (полное ведение дела, включающее в себя составление всех необходимых процессуальных документов и представление интересов в суде);
- сопровождение сделок, представление интересов компании в коммерческих и некоммерческих организациях, включающее подачу и получение необходимых документов, ведение переговоров.

Стоимость услуг составляет 75 000 рублей ежемесячно.

3.2.6. Вариант 4

Оказание всех возможных вариантов юридических услуг в городе Новокузнецк, в неограниченном количестве. Стоимость данных услуг составляет 110 000 рублей ежемесячно.

В случае если ни один из предложенных Вариантов не отвечает в полной мере потребностям клиента, то компания готова разработать индивидуальный пакет услуг.

При необходимости ведения дел в Арбитражных судах, судах общей юрисдикции, находящихся за пределами города Новокузнецка, а также дел в городе Новокузнецк, сверх объема, предусмотренного выбранным Вариантом, возможно заключение отдельного договора на оказание юридических услуг по ведению каждого конкретного дела с последующим взысканием расходов на оплату услуг компании с проигравшей стороны.

4. Конкурентоспособность

Для компании «Правовая стратегия» конкурентами являются большинство юридических компаний Новокузнецка и юристы-одиночки.

Агентство придерживается средней ценовой политики по городу, это можно оценить, как положительный фактор, поскольку низкая стоимость юридических услуг может вызвать недоверие к профессиональному и оттолкнуть клиентов, равно как и высокая.

У подавляющего большинства юридических организаций Новокузнецка отсутствует четко выделенная специализация: семейное, гражданское, предпринимательское или иное право.

Относительно представленности в Интернете практически у всех конкурентов имеется сайт, на котором размещена общая информация о компании. В своем большинстве клиенты «Правовой стратегии» обращаются за услугой по телефону или через социальные сети.

С точки зрения отзывов, «Правовая стратегия» не проигрывает своим конкурентам. Негативных отзывов у компании обнаружить не удалось. Клиенты довольны юридической помощью, оперативным ответом и работе квалифицированных специалистов.

4.1. SWOT-анализ

Для того, чтобы проанализировать сложившуюся ситуацию и определить, приоритетные направления развития для компании целесообразно провести SWOT-анализ.

Метод SWOT анализа – универсальная методика стратегического менеджмента. SWOT анализ может быть применен к продукту, проекту, компании, бренду, магазину, заводу, стране и даже к человеку. Выделяют следующие виды SWOT анализа:

- SWOT анализ деятельности фирмы или производственного предприятия.
- SWOT анализ деятельности государственной или некоммерческой организации.
- SWOT анализ деятельности образовательного учреждения.
- SWOT анализ определенной территории: страны, региона, района или города.
- SWOT анализ отдельного проекта, отдела.
- SWOT анализ определенного рынка или отрасли.



- SWOT анализ конкурентоспособности бренда, товара, продукта или услуги.
- SWOT анализ личности.

Преимущества SWOT анализа заключаются в том, что он позволяет в правильном разрезе взглянуть на положение компании, товара или услуги в отрасли, и поэтому является наиболее популярным инструментом в управлении рисками и принятии управленческих решений.

Аббревиатура SWOT расшифровывается как Strengths, Weaknesses,

Opportunities, Threats:

S-Strengths

Сильные стороны исследуемого объекта, его особенности, которые выделяют и обеспечивают объекту конкурентное преимущество на рынке, или открывающие дополнительные возможности, недоступные конкурентам. При разработке стратегии предприятия сильные стороны имеют приоритетное значение в достижении конкурентных преимуществ.

W-Weaknesses

Слабые стороны исследуемого объекта. К ним относятся особенности, мешающие при конкурентной борьбе, затрудняющие рост бизнеса и снижающие привлекательность товаров или услуг. Слабые стороны необходимо устранять, если это возможно, в противном случае необходимо провести все возможные мероприятия по минимизации их влияния на деятельность компании.

O -Opportunities

Возможности. Факторы внешней среды, благодаря которым компания может увеличить объем продаж или нарастить прибыль. Сокращение издержек и работа с затратами тоже относятся к возможностям компании, т.к. напрямую влияют на норму прибыли. Знание возможностей и сильных сторон, которые позволяют этими возможностями воспользоваться, позволяет составить план мероприятий и в конечном итоге ведет к развитию бизнеса.

T -Threats

Угрозы. факторы внешней среды, которые могут снизить объем продаж или уровень прибыли компании в будущем. Угрозы способные снизить конкурентные



преимущества компании и повредить ее позиции на рынке. Каждая угроза представляет риск для компании и задачей стратегического планирования является минимизация возможного ущерба от них. Изучим внешнюю и внутреннюю среду предприятия, используя метод SWOT – анализ, который поможет установить связь между сильными и слабыми сторонами предприятия, а также с внешними возможностями и угрозами.

Сильные стороны:

- Высокая компетенция и квалификация персонала.
- Высокое качество оказываемых услуг.
- Широкий ассортимент услуг.
- Многолетний опыт работы.
- Слаженная работа в команде.
- Хорошая репутация.

Слабые стороны:

- Нестабильные продажи.
- Недостаточный контроль.
- Малое число постоянных клиентов.
- Нецелевые заказы.
- Отсутствие Интернет-представительства.

Возможности:

- Спецификация бизнеса на работу с крупными компаниями.
- Продвижение услуг через интернет.
- Увеличение количества заказов.

Угрозы:

- Снижение количества заказов из-за кризиса.
- Банкротство клиентов.

Составим матрицу SWOT, в которой укажем сильные и слабые стороны, внешние возможности и угрозы для ООО «Правовая стратегия».

Таблица 2 – SWOT анализ

Возможности	Угрозы
-------------	--------

	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация бизнеса на работу с крупными компаниями. • Продвижение услуг через интернет. • Увеличение количества целевых заказов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Снижение количества заказов из-за кризиса. • Банкротство клиентов.
Сильные стороны	Поле СИВ	Поле СИУ
<ul style="list-style-type: none"> • Высокая компетенция и квалификация персонала. • Высокое качество оказываемых услуг. • Широкий ассортимент услуг. • Многолетний опыт работы. • Слаженная работа в команде. • Хорошая репутация. 	<ul style="list-style-type: none"> • Заключение договоров с крупными компаниями • Расширение спектра предлагаемых услуг 	<ul style="list-style-type: none"> • Предложение услуг, востребованных в периоды кризиса: юридическая помощь при реструктуризации компаний и налоговые консультации • Работа сразу с несколькими крупными клиентами, избегание ситуации задействования всех юристов в работе над одним делом.
Слабые стороны	Поле СЛВ	Поле СЛУ
<ul style="list-style-type: none"> • Нестабильные продажи. • Недостаточный контроль. • Малое число постоянных клиентов. • Нецелевые заказы. • Отсутствие интернет - продвижения и телефонии. 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение количества клиентов • Продвижение компании и услуг через Интернет 	<ul style="list-style-type: none"> • Обеспечение стабильного потока клиентов • Корпоративный сайт • Использование CRM-системы.

Матрица SWOT анализа, дает представление о положении компании на рынке, и позволяет определить стратегии дальнейшего развития:

Стратегия 1. Сильные стороны – возможности. Стратегия роста.

Все юристы компании являются высококвалифицированными специалистами с большим опытом работы в различных отраслях права. В компании хорошо налажена



командная работа, позволяя распределять работу с руководителей на сотрудников. Такая организация позволяет работать не только с частными лицами и небольшими компаниями, но и с достаточно крупными организациями. Работа со сложными юридическими делами и крупными компаниями положительно скажется на имидже компании и приведет новых клиентов, поскольку в юридической отрасли клиенты часто ищут исполнителей по рекомендациям знакомых. Широкий спектр оказываемых услуг с данном случае способствует притоку клиентов. Большие перспективы также имеет продвижение услуг компании посредством сети Интернет, которое пока что еще не налажено.

Стратегия 2. Слабые стороны – возможности.

Стратегия защиты: преодоления слабых сторон организации. Одна из главных проблем «Правовой стратегии» – отсутствие CRM-системы и единого кабинета. Еще одна задача, стоящая перед компанией – продвижение услуг через Интернет. На данный момент у компании нет сайта. В дальнейшем компания предпочитает работать преимущественно с компаниями, а не с частными лицами, потому что это приносит больше прибыли. Однако, полностью поменять специализацию на работу с юридическими лицами не представляется возможным ввиду нехватки заказов. Это приводит к тому, что компания сталкивается с большим количеством нецелевых заказов – в основном, связанных с увеличившимся в последние годы банкротством физических лиц. Подобного рода дела, не подразумевают высокую оплату, и компания предпочитает на фокусироваться на них. Чтобы снизить количество мелких нецелевых заказов в рекламе компании, на сайте в перечне предлагаемых услуг подчеркивается работа с юридическими лицами.

Стратегия 3. Сильные стороны – угрозы.

Стратегия защиты: использование сильных сторон компании для предотвращения угроз. При стабильной экономической ситуации спрос на юридические услуги растет: компании расширяют рынок сбыта и увеличивают производство и готовы платить за квалифицированную юридическую помощь. В случае кризиса юристы и юридическое сопровождение часто становится той сферой затрат, издержки на которую компании готовы минимизировать в первую очередь. Чтобы извлечь выгоду из данной ситуации, компания должна быть готова к подобному повороту событий и предлагать услуги, востребованные в период кризиса, например, юридическая помощь при реструктуризации компаний или налоговые консультации. Главной угрозой для деятельности агентства является ситуация банкротства клиентов. Банкротство клиента часто невозможно предугадать, поскольку компании не предают огласке свое



финансовое положение вплоть до момента объявления себя банкротом. Для избежания тяжелых последствий, вызванных банкротством основных клиентов, целесообразно работать сразу с несколькими компаниями для обеспечения финансовой стабильности.

Стратегия 4. Слабые стороны – угрозы.

Стратегия защиты: улучшение слабых сторон и преодоление угроз.

Проанализировав слабые стороны и угрозы, можно заключить, что больше всего риск возникновения угроз повышают нестабильные продажи услуг. Невозможно предугадать в какой период времени у компании будет много крупных заказов, а когда заказов не будет вообще. Для компании целесообразно сфокусироваться на обеспечении стабильного притока клиентов и увеличении количества заказов. Исходя из стратегий, составленных на анализе сильных и слабых сторон компании, можно выделить ряд рекомендаций, для дальнейшего развития ООО «Правовая стратегия»:

- Работа с компаниями и физическими лицами.
- Создание корпоративного сайта и использование CRM-системы.
- Работа над повторными обращениями.

4.2. Конкуренты

Стандартные объединения специалистов в области права представлены малым предпринимательством. В агентствах обычно работают не более 5-7 человек. Как правило, в штате разносторонние специалисты, благодаря которым фирма может охватить широкий круг вопросов или вынести сложные ситуации на обсуждение коллегии.

По результатам анализа юридического рынка профильный бизнес в России представляют свыше 110 тысяч различных организаций. Рынок юридических услуг можно назвать молодым. Почти половина ныне действующих юридических организаций были зарегистрированы в течение последних восьми лет; еще четверть – в период 2007-2011 гг.

В ходе анализа были выделены 5 юридических компаний, имеющие Интернет-представительство:

4.2.1. Новокузнецкий Юридический Центр: <https://yrist-centr.ru/>.



Рисунок 2 - Интерфейс сайта

4.2.2. Лига Профессионалов: <https://ligaprof-nvkz.ru/>.

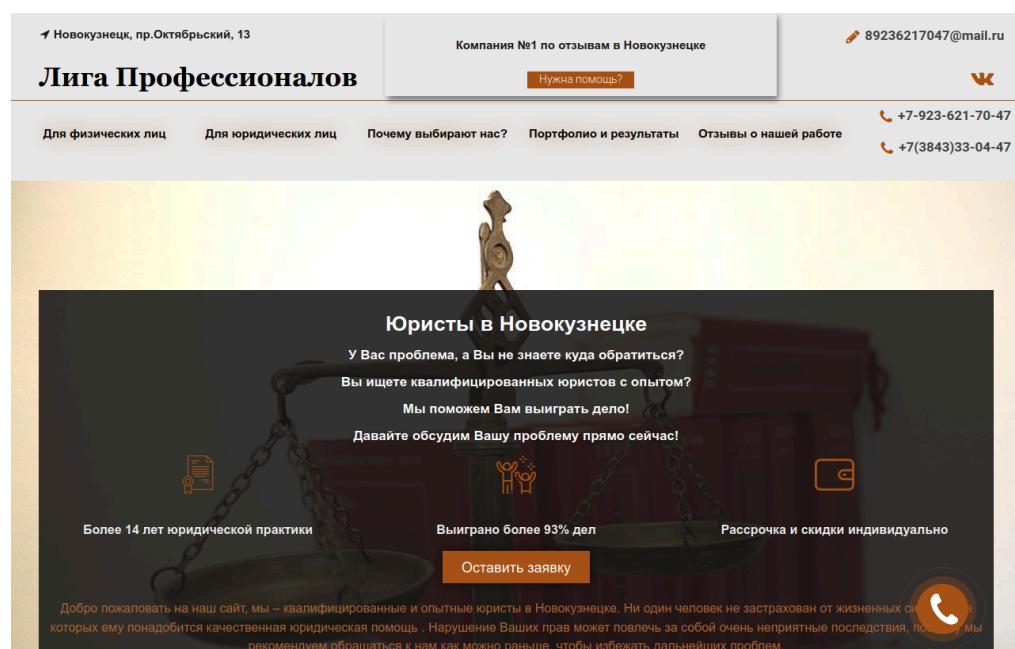


Рисунок 3 - Интерфейс сайта

4.2.3. Единый Центр Защиты: <https://edin.center/novokuzneck>.

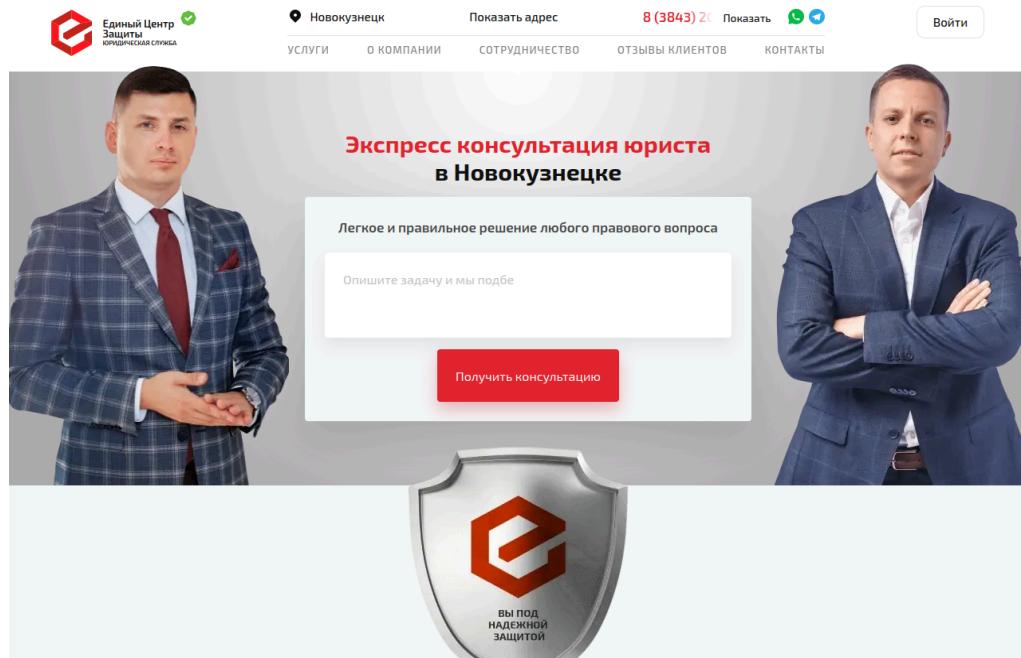


Рисунок 4 - Интерфейс сайта

4.2.4. Юридическая компания “АКЦЕНТ”: <http://jur42.ru/>.

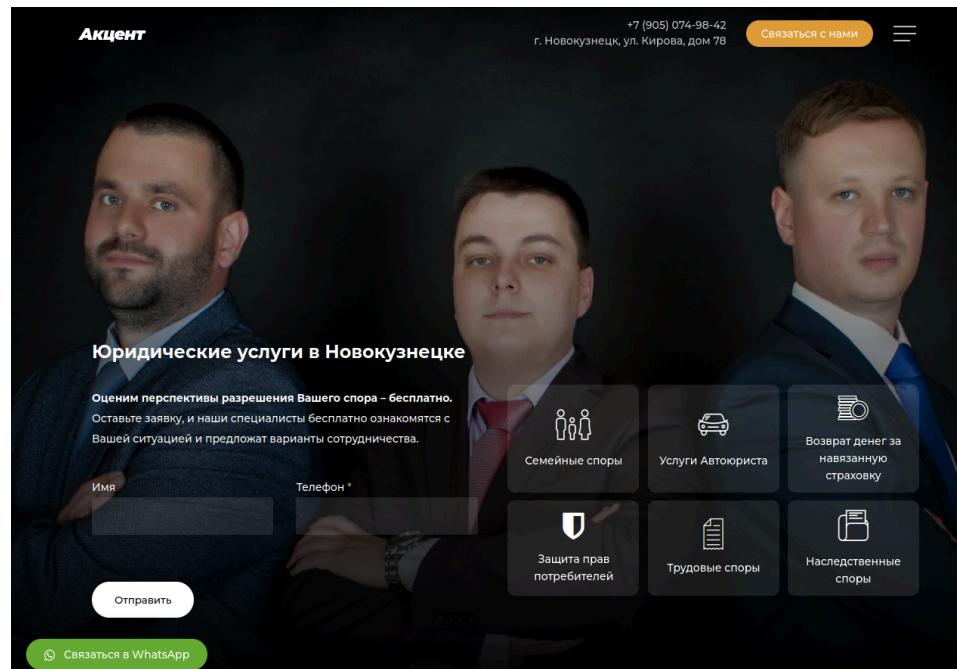


Рисунок 5 - Интерфейс сайта

4.2.5. Юридическое агентство “Дорофеева и партнёры”: <http://www.usp42.com/>.



Рисунок 6 - Интерфейс сайта

На всех проанализированных сайтах отсутствуют публикации или ссылки на статьи, размещенные на иных ресурсах. Наличие публикаций могло бы способствовать повышению имиджа и профессионального доверия к юристам компании. А также дизайн сайтов является устаревшим, что отталкивает посетителей.

5. Рекомендации для усовершенствования деятельности агентства

5.1. Интернет-представительство

Рекомендуется создать небольшой, простой, корпоративный сайт с формой обратной связи для привлечения новых клиентов компании.

На что это влияет:

- Информирование целевой аудитории об актуальных предложениях.
- Предоставление информации по всем направлениям деятельности компании.
- Автоматизированный сбор заявок от потенциальных клиентов и запуск автоворонки.
- Осуществление обратной связи с клиентами и партнерами,
- Формирование и укрепление благоприятного имиджа компании, а также повышение лояльности к бренду в глазах клиентов.

На сайте можно разместить блог, который будет рассказывать посетителям о ваших кейсах, что также влияет на имидж. Также блог дает возможность продвижения личного бренда и позиционирования, как экспертов в своем деле. Ну и, пожалуй, не маловажная задача блога, это привлечение органического (бесплатного) трафика на сайт, через поисковые системы.

Можно настроить автоматическую выгрузку постов в социальные сети, чтобы управлять информационным присутствием из одной точки, единой панели управления бизнесом.

5.1.1. Предполагаемый прототип сайта

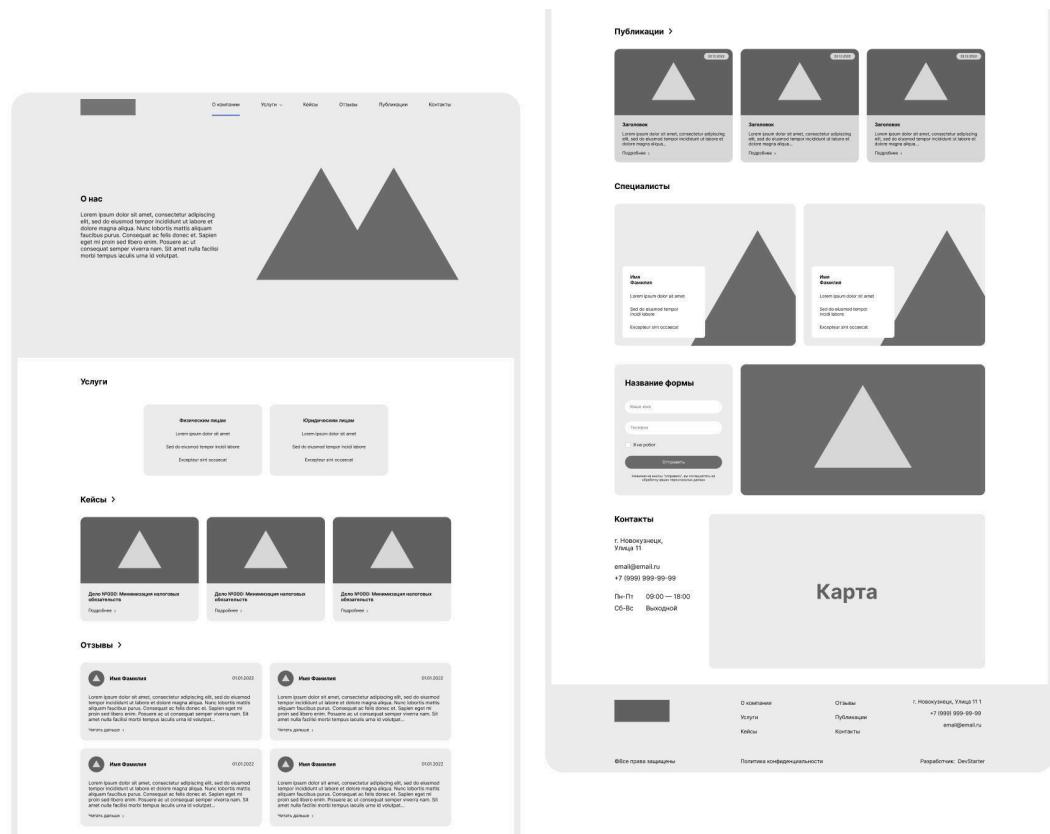


Рисунок 7 - Прототип сайта

5.1.2. Блок «О нас»

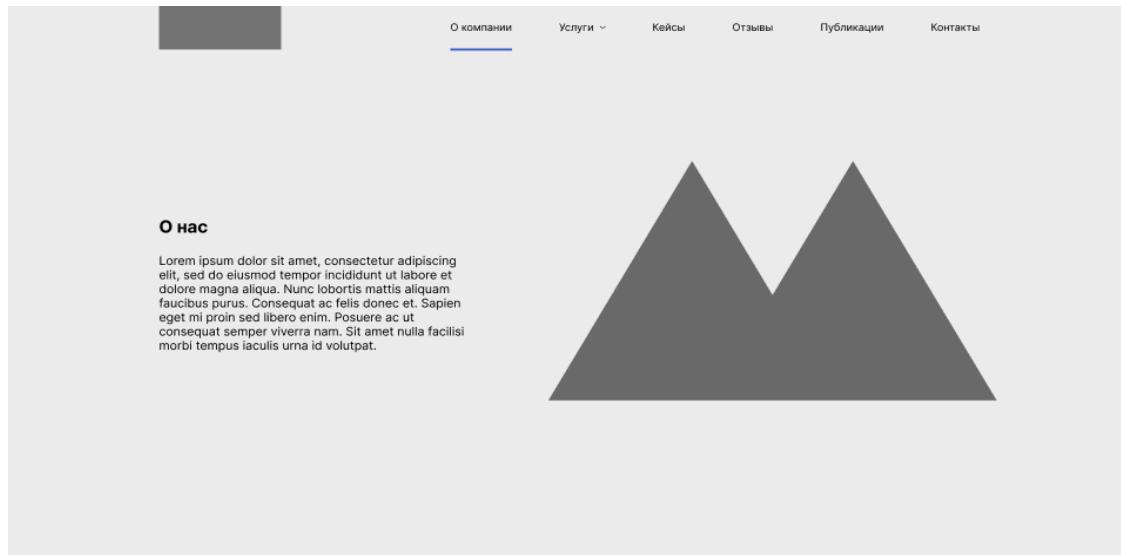


Рисунок 8 - Блок «О нас»

Почему важна страница «О нас»:



1. *Хотят убедиться, что компании можно доверять.* Люди стремятся получить как можно больше информации об опыте, сотрудниках, ценностях – обо всем, что убедит их принять решение в пользу бренда. Содержание страницы «О нас» не должно быть слишком кратким. Но и «воды» в нем тоже быть не должно. Люди ждут конкретики.

2. *Хотят убедиться в открытости компании и понять ее отношение к клиенту.* Люди все больше ценят компании, которые не боятся рассказывать о себе больше и показывают свою клиентоориентированность. При этом ценятся выше те сайты, которые общаются с посетителями простым и понятным языком, без рекламы, пафоса и сложной терминологии.

3. *Не смогли составить мнение о компании сходу.* В этом случае пользователям либо не хватило информации, размещенной на главной странице, либо она оказалась недостаточно понятной для них. Такие ситуации чаще всего случаются при просмотре одностраничных сайтов: их контент в целом подается весьма лаконично, многим его не хватает, чтобы определиться и принять решение. Предлагаем два способа избежать их:

- Добавить на сайт отдельную страницу с описанием компании, в которой более подробно расписывается работа компании;
- Расширить существующий на сайте блок «О нас». Попробовать вставить видео или короткую инфографику.

5.1.3. Блок «Услуги»

Услуги

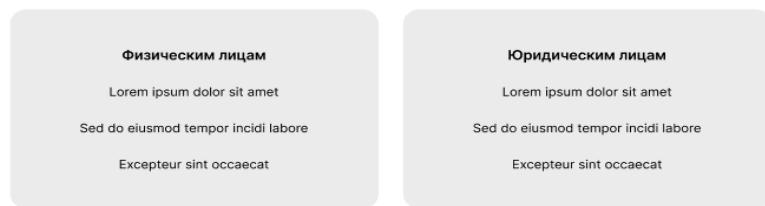


Рисунок 9 - Блок «Услуги»

Страница «Услуги» – это та страница, на которой пользователь может более конкретно познакомиться с вашим предложением, узнать ваше отличие от конкурентов, и в некоторых случаях – цену. Обычно на нее идут с главной страницы, уже получив



первое впечатление о вас, узнав ваше название, и, возможно, уникальное торговое предложение.

Если в случае с товарами все просто – показали фото, сняли видеообзор, описали технические характеристики. В нашем случае, услуга – это нечто эфемерное. Такое, что нельзя взять и пощупать. Каждый человек хочет знать, что конкретно он получит за свои деньги.

Не пишите огромные тексты. Подготовьте короткое, ёмкое, содержательное описание услуги – трёх-четырёх предложений будет достаточно. Информацию нужно донести простым и понятным для пользователя языком. При этом необходимо помнить, что текст должен содержать ключевые слова и быть уникальным.

Поэтому главная задача на странице «Услуги» – рассказать о том, что вы делаете, так, чтобы у посетителя сразу потянулась рука к кнопке «Заказать», или к своему телефону.

5.1.4. Блок «Кейсы»

[Кейсы >](#)



Рисунок 10 - Блок «Кейсы»

Грамотно составленные реальные кейсы – эффективный маркетинговый инструмент.

В каких случаях необходимо писать кейсы:

- *Помогли решить проблему.* Одним словом, нашли решение, будучи весьма ограниченными в средствах.
- *Сделали то, что кто-то не смог* – восстановили справедливость и выиграли дело, хотя до этого в нескольких агентствах клиенту отказали.
- *Вы решили проблему нестандартным способом.* Креативный подход к работе, который привел к качественному результату, – залог интереса и внимания



аудитории. Эффект от кейса будет еще больше, если для решения задачи вы разработали и внедрили собственную методику.

- *Предлагаете новую услугу.* В кейсе стоит объяснить, зачем именно вы это сделали – каких целей рассчитываете достичь или какие проблемы хотите исправить.
- *Просто выполнили работу очень качественно* – помогли клиенту справиться с проблемами в отраслях гражданского и административного права.

Задачи кейсов:

- привлекают внимание к компании и услугам, помогают развивать бренд;
- убеждают в вашей экспертности и в том, что вы можете решить проблему;
- доступно объясняют, что вы делаете;
- помогают донести ценность услуг, обосновать стоимость, отстроиться от конкурентов и снять возражения;
- показывают результаты, на которые клиент может рассчитывать, выгоды от сотрудничества.

5.1.5. Блок «Отзывы»

[Отзывы >](#)

The screenshot displays a grid of four review cards, each featuring a user icon, the name 'Имя Фамилия', the date '01.01.2022', and a short testimonial snippet. A 'Читать дальше >' link is at the bottom of each card.

Имя Фамилия	01.01.2022
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Nunc lobortis mattis aliquam faucibus purus. Conse... Читать дальше >	01.01.2022
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Nunc lobortis mattis aliquam faucibus purus. Conse... Читать дальше >	01.01.2022
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Nunc lobortis mattis aliquam faucibus purus. Conse... Читать дальше >	01.01.2022

Рисунок 11 - Блок «Отзывы»

Публикация пользовательского контента на коммерческих ресурсах открывает бизнесу следующие возможности:

- Повышение доверия к фирме и ее брендам со стороны интернет-аудитории.



Полезные содержательные отзывы, оформленные грамотно, с указанием данных пользователя служат доказательством высокого качества товаров и услуг компании, вызывают доверие у посетителей веб-ресурса.

- Увеличение онлайн-продаж.

Мнения пользователей о товаре, которые опубликованы на коммерческом веб-ресурсе, часто служат определяющим фактором при принятии решения о покупке. Если разместить соответствующий блок в правильном месте, можно существенно повысить показатели конверсии.

- Укрепление имиджа компании.

Многочисленные позитивные отзывы, демонстрирующие положительный опыт других покупателей, вдохновляют посетителей сайта самим совершать покупки, доказывают успешность и популярность фирмы и ее брендов.

- Продвижение сайта в поисковых системах.

Поисковые роботы любят интернет-страницы и онлайн-площадки, где регулярно появляется свежий контент, в том числе создаваемый пользователями (комментарии, отзывы, форумы). Такие Интернет-ресурсы лучше и быстрее индексируются поисковиками и занимают более высокие позиции в результатах поисковой выдачи.

- Сбор обратной связи от покупателей.

Смысл отзыва – это получить напрямую от покупателей мнения о товарах или услугах компании. Пользовательские отклики дают компании-производителю информацию из первых рук о сильных и слабых сторонах своей продукции. Это ценнейшие сведения для дальнейшего совершенствования своей работы и развития бизнеса.

- Закрытие возражений клиентов.

Публикация отзывов на сайте способна эффективно снимать возражения клиентов. Это возможно, если размещать на веб-ресурсе отклики с ответами на самые распространенные вопросы о товарах, услугах, условиях сделки: почему так дорого, как можно оплатить, когда доставят заказ и т.д.



5.1.6. Блок «Публикации»

Публикации >



Рисунок 12 - Блок «Публикации»

Наличие постоянно обновляемого блока новостей – важный элемент сайта, создающий предпосылки к его успешному развитию. Блок новостей – это универсальный элемент, одинаково актуальный для сайтов любой направленности.

Какие функции выполняет новостной раздел?

- Информационная – возможность своевременно предоставлять посетителям актуальную внутреннюю информацию, например, оповещать о расширении спектра услуг и т.д.
- Имиджевая – видимость обновления сайта положительно сказывается на его репутации при первом знакомстве.
- Рекламная – новостной материал можно подавать таким образом, чтобы фокусировать внимание пользователя на ваших продуктах или услугах.
- Оптимизация конверсии – перелинковка (связывание страниц сайта внутренними ссылками) новостного блока с другими разделами увеличит поведенческий фактор на сайте, учитывающийся при ранжировании поисковыми системами.
- SEO-оптимизация – постоянное обновление сайта – это ключевой фактор, способствующий его успешному продвижению в поисковиках.



5.1.7. Блок «Специалисты»

Специалисты

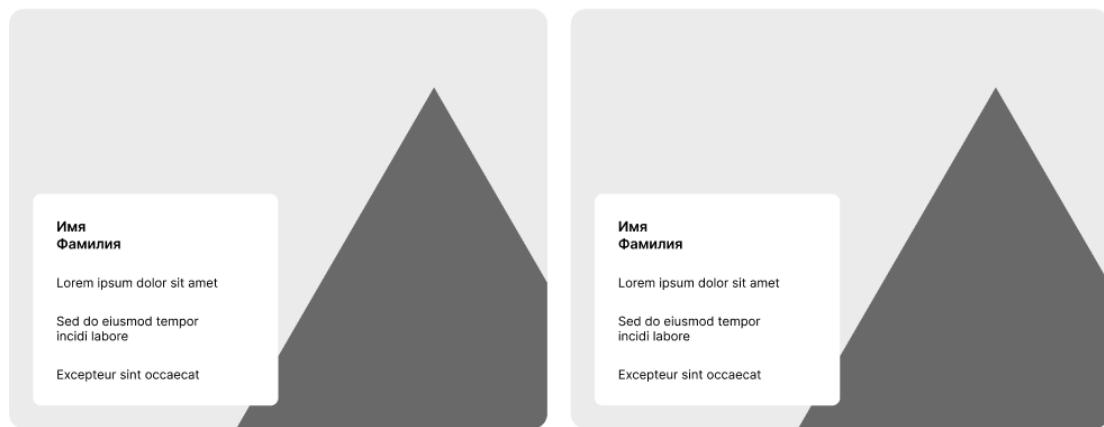


Рисунок 13 - Блок «Специалисты»

Для чего необходима информация о сотрудниках на сайте?

Подобный блок показывает, что по ту сторону экрана находятся настоящие люди, которые являются основателями бизнеса или отличными сотрудниками. Благодаря им бизнес развивается, он персонально ориентирован и предлагает продукты или услуги высокого качества.

Такой раздел положительно скажется на доверии со стороны посетителей сайта и может привлечь к вам новых клиентов. Если в будущем планируется знакомство вживую, или это дорогостоящая услуга, предлагается длительное обслуживание, то подобная информация на сайте будет большим плюсом. Если ваша компания состоит из нескольких партнеров и сотрудники приходящие, то можно рассказать о ключевых персонах.

Основные преимущества страницы о сотрудниках:

- Показывает, кто именно будет выполнять задачу, что поможет больше проникнуться доверием к сотруднику;
- С помощью такой странички вы сможете выделить сотрудника, сделать его ценным, уникальным и любимым компанией.

Классический прием для этого блока — использовать фотографии. Они помогут погрузить в процесс, рассказать, как и что происходит. Фотографии должны быть не стоковые, а живые.



5.1.8. Форма «Обратная связь»

Рисунок 14 - Блок «Обратная связь»

Значение формы обратной связи очень велико – она выступает мостиком для общения между владельцем сайта (предпринимателем, продавцом товаров, услуг или информации) и посетителем (потенциальным покупателем, клиентом).

Естественно, может возникать масса вопросов – от уточнения особенностей предложений, размещённых на Интернет-ресурсе, до запроса данных об оплате. Если покупатель не получит возможности обратиться к вам, с большой долей вероятности он уйдёт к конкурентам. Чтобы отказов было как можно меньше, нужно позаботиться о юзабилити сайта, в частности разработать удобную форму обратной связи.

Основные требования, которые к ней выдвигаются:

- заметность – посетитель не должен долго искать, где находится модуль, посредством которого можно обратиться к менеджерам;
- краткость – предусмотрите минимум полей для заполнения, чтобы постановка одного вопроса не превращалась в предварительное анкетирование.

5.1.9. Блок «Контакты»

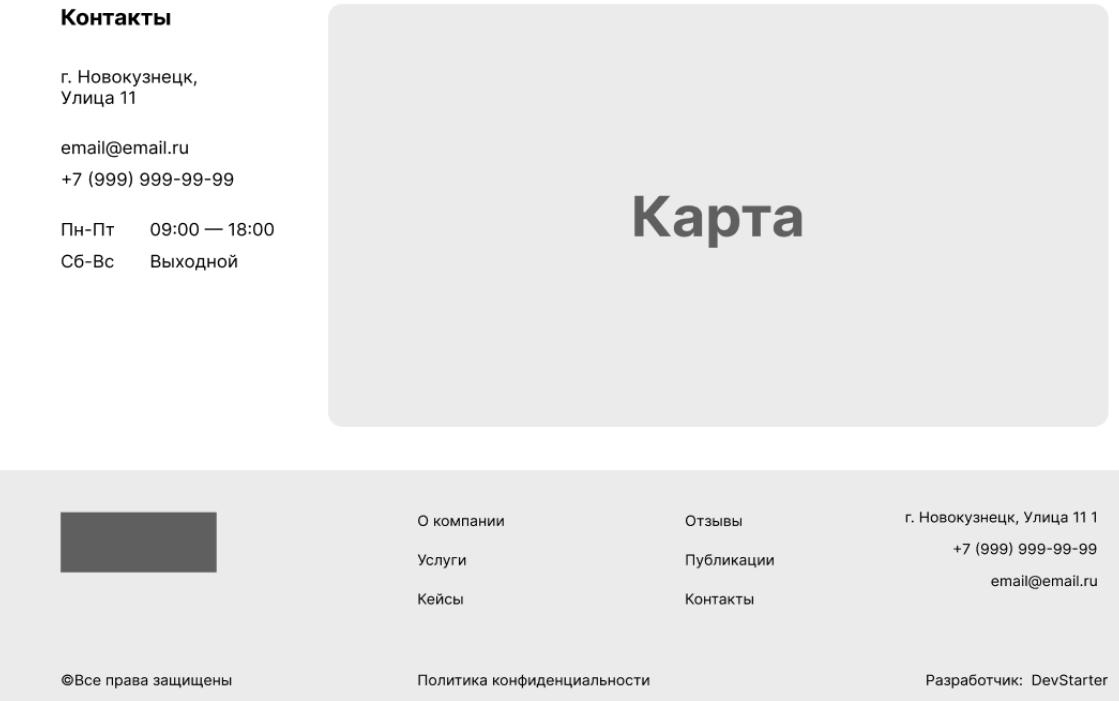


Рисунок 15 - Блок «Обратная связь»

Задача раздела «Контакты» – помочь пользователю связаться с компанией или добраться до нее. Но нередко мы видим на этой странице лишь форму обратной связи или номер телефона и адрес. Казалось бы, этого достаточно, но не всегда. Чем больше возможностей для связи вы предоставите, чем больше деталей о графике работы и местонахождении офиса укажете, тем выше шанс, что люди к вам обращаются. Давайте рассмотрим, чем можно обогатить страницу «Контакты» коммерческого сайта.

- Первая функция страницы контактов – это заинтересовать посетителей.
- Вторая, но, возможно, наиболее важная причина сделать Страницу контактов мудро, – это облегчение взаимодействия. Секция «Контакты» помогает пользователям как связаться с веб-мастером, так и с владельцем веб-сайта, так и получить информацию для клиентов.
- Страница контактов – это последняя страница, которую пользователи смотрят перед тем как решат, нуждаются ли они в вашем проекте.

5.2. Автоворонка.

Это автоматическая система работы с потенциальным клиентом в сети Интернет, организованная с помощью чат-ботов, а также с использованием инструментов таргетированной рассылки по email или, например, серии вебинаров, или прочих тематических мероприятий. Основная цель это постоянно удерживать контакт с



клиентом и автоматически формировать ему предложения, в зависимости от его ответов.

Автоворонка помогает:

- увеличить доход с клиента;
- удержать клиента;
- увеличить общую выручку;
- уменьшить расходы на привлечение клиентов;
- уменьшить отток клиентов;
- оптимизировать расходы на рекламу.



Рисунок 16 - Автоворонка продаж

Автоворонка позволяет увеличить продажи, не нанимая дополнительных сотрудников. Вам нужно только настроить триггерные сообщения для автоворонки, и дальше они будут самостоятельно привлекать покупателей.

5.3. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)

В любой организации, как большой, так и малой, возникает проблема такого управления данными, которое обеспечило бы наиболее эффективную работу.

Некоторые организации используют для этого бумажные носители, однако современные предприятия привлекают компьютерные системы автоматизации, позволяющие эффективно хранить, извлекать информацию и управлять большими объемами данных. Эта тенденция характерна для современной экономики в целом, похожая ситуация наблюдается и в правовой сфере.

С помощью информационных систем, созданных для ведения бизнеса стало возможным автоматизировать работу компании, отслеживать работу сотрудников и контролировать сроки поставленных задач.

На данный момент времени в агентстве отсутствует единая информационная система и сотрудники работают каждый по-своему, часто не отмечая поставленные задачи, а иногда и, держа ее в уме или делая пометки в личных записях.

В конечном итоге трудно составить полное представление о результатах деятельности сотрудников, оценить объем и качество выполненной работы, что значительным образом влияет на деятельность компании, может вызвать потерю клиентов, денег и времени.

Выход из этой ситуации – внедрение единой программы, в которой отражена деятельность всех сотрудников организации, их задачи стандартизированы и хранятся в единой базе данных.

Специально для управления деятельностью компаний рекомендуем разработать и внедрить CRM-систему.

Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) – прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами, в частности для повышения уровня продаж, и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

CRM-система позволяет:

- Получать общую для агентства стандартизированную базу контактов (клиентов, контрагентов);
- Звонить прямо из CRM-системы, записывать и хранить записи звонков на сервере системы, принимать звонки прямо из клиентской карточки.



- Получить статистику и аналитику эффективности работы лидами (входящими звонками, запросами);
- Отслеживать коммуникации с клиентами в чатах, по телефону, email и другим каналам;
- Собирать документы в конструкторе, уделяя внимание только нетиповым;
- Эффективно осуществлять контроль сделки (статус, информацию о контрагентах, отслеживание крайних сроков сделки, иметь доступ к истории взаимодействия) в любой момент времени;
- Планировать повышение качества работы и разрабатывать стратегию развития бизнеса.

Таким образом CRM система нужна для бизнеса, чтобы:

- Не потерять потенциального клиента, не пропустить ни одного входящего звонка и запроса. Это особенно важно для привлечения потока клиентов; Контролировать работу сотрудников, что важно для повышения качества оказания услуг и соблюдения указанных сроков;
- Стандартизировать работу с клиентами. Информация обо всех входящих и исходящих контактах будет находиться в одном хранилище, откуда ее можно в любой момент извлечь;
- Накапливать статистическую базу. Благодаря использованию CRM-системы вся рабочая информация собирается в одной общей базе в стандартизированном виде.

Внедрение CRM-системы – поможет решить следующие задачи:

- Работа с потенциальными клиентами;

Для поиска потенциальных клиентов предполагается метод холодного звонка юридическим лицам. Холодный звонок – звонок к аудитории, которая не готова к звонку: его никто не ждет и ему часто не рады. Задача такого вида маркетинга – получить контакты лица, принимающего решение (ЛПР) о покупке услуг, в данном случае о сотрудничестве с юридическим центром. Следующим этапом является разговор с ЛПР, задача – выявить проблему, решение которой может быть предложено «Юридическим центром» и договориться о личной встрече, на которой клиенту будет предложено коммерческое предложение.

Во время холодного звонка менеджер видит на экране текст, который нужно сказать потенциальному клиенту и, в зависимости от ответа клиента, выбирается



вариант продолжения разговора. На сегодняшний момент данная функция планируется к внедрению в организации только для юридических лиц.

При получении контактов ЛПР, данные вносятся в базу для дальнейшей работы.

- Управление работой с лидами;

Выяснение потребностей и проблем, исходя из полученной информации формирование коммерческого предложения. К ним относятся рассылки новостей и коммерческих предложений, направление предложений по телефону, электронной почте, в социальных сетях.

- Управление процессом оказания услуги.

Для каждого исполнителя определен перечень дел, введен план работы над делом с указанием стадии, задач и сроков выполнения. Задача при внедрении программы – внесение в CRM информации о выполнении каждой задачи. В результате должна сложиться реальная картина о состоянии каждого дела, которое находится в производстве.

5.4. Чат-боты

Это программа, которая имитирует реальный разговор с пользователем. Чат-боты позволяют общаться с помощью текстовых или аудио сообщений на сайтах, в мессенджерах, мобильных приложениях или по телефону.

Результаты исследования State of Chatbots 2018 года показали, что чат-боты имеют ряд преимуществ, а именно:

- Обеспечивают сервисное обслуживание 24/7. 64% респондентов опроса сообщили, что круглосуточный сервис является одним из преимуществ использования чат-ботов. С их помощью компании могут отвечать на вопросы клиентов независимо от времени суток, а это повышает качество обслуживания и влияет на успешность бизнеса.
- Помогают охватить больше клиентов. Согласно исследованию, 69% пользователей предпочитают чат-ботов, а не приложения для взаимодействия с брендом. Поэтому, если компания хочет передавать информацию о своих продуктах и услугах большой аудитории, использование этого канала имеет экономический смысл.

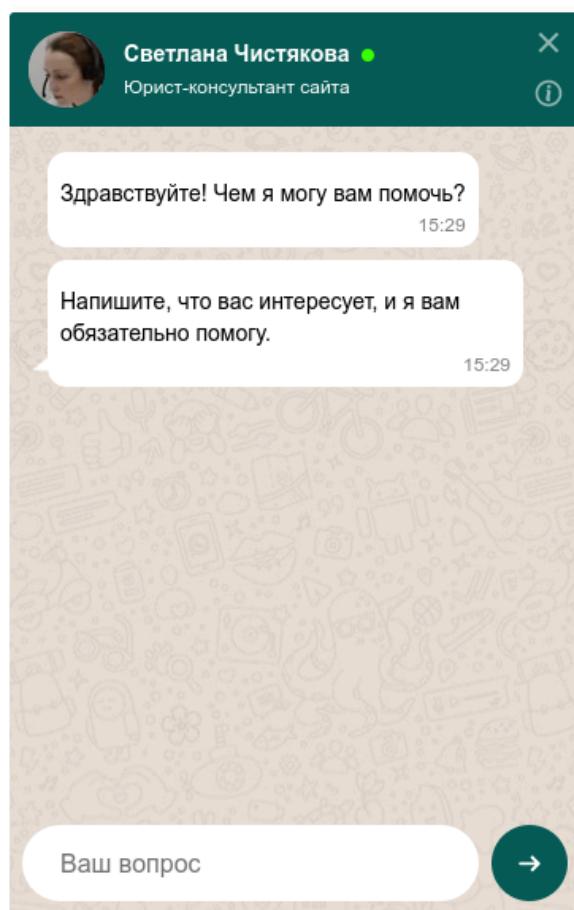


Рисунок 17 – Пример чата бота

Ниже приведены основные выигрыши, которые получает компания от использования чат-ботов:

- Эффективное взаимодействие с клиентами. Чат-боты помогают привлечь как потенциальных покупателей, так и клиентов, что ведет к увеличению продаж. В отличие от компаний, использующих традиционные методы обслуживания, чат-боты не перегружают аудиторию информацией, а каждый раз предоставляют только те данные, которые соответствуют запросам пользователей. Поэтому, клиенты регулярно получают исключительно релевантную информацию. Такой подход помогает дольше поддерживать вовлеченность аудитории благодаря автоматизированной цепочке сообщений.
- Экономность. Владельцам бизнеса необходимо платить сотрудникам за сервисное обслуживание клиентов. А с увеличением компании растут и расходы. Чат-боты – это одноразовая инвестиция, которая помогает брендам сократить траты на персонал. Компании могут легко интегрировать чат-ботов, чтобы отвечать на простые вопросы



потенциальных покупателей и передавать более сложные менеджерам по обслуживанию.

- Отслеживание доставляемости контента и данных о потребителях. Чат-боты собирают отзывы клиентов, которые помогают брендам улучшить свои услуги и оптимизировать страницы с низким уровнем конверсии. Более того, на основании выполненных клиентом действий можно сегментировать аудиторию.
- Генерация, квалификация и возвращение лидов. Чат-боты получают информацию о пользователях, которая позволяет персонализировать рассылку сообщений клиентам на разных этапах воронки продаж. Боты могут задавать релевантные вопросы, генерировать лиды, убеждать потенциальных покупателей. Кроме того, они помогают компаниям находить неквалифицированных лидов с помощью ключевых показателей результативности. Такой подход избавляет от взаимодействия с лидами, которые просто отнимают время.
- Легкость в эксплуатации. Чат-боты помогают компаниям качественно обслуживать клиентов на нескольких языках. Это позволяет расширять деятельность бренда на новых рынках.

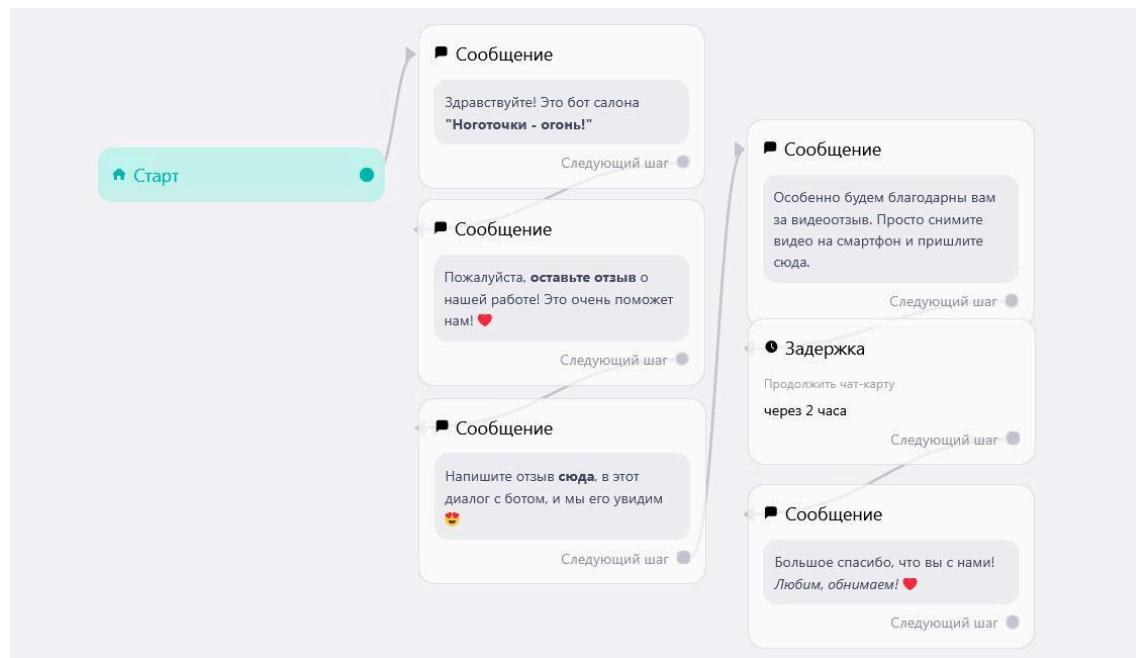


Рисунок 18 – Пример простой архитектуры чат-бота



6. Внедрение и стоимость работ

#	Работы, услуги	Цена
1	<p>Разработка внутреннего портала для начала сбора контактной базы</p> <ul style="list-style-type: none">● Проектирование● Разработка● Интеграции с внешними системами● Внедрение и адаптация● Обучение	112 000,00р
2	<p>Разработка планировщика задач и CRM и внедрение инструментов автоматизации</p> <ul style="list-style-type: none">● Проектирование связей и алгоритмов● Разработка● Построение и настройка «вороноч» и автоворонок● Проектирование чат-ботов● Внедрение и адаптация● Обучение	154 000,00р
3	<p>Разработка адаптивного публичного сайта</p> <ul style="list-style-type: none">● Дизайн● Верстка● Программирование● Интеграции с внешними системами и внутренним порталом● Обучение	75 300,00р

Внутренний портал будет служить каркасом, для наращивания нового функционала. Задача создать единое окно управления бизнесом. Разработка будет проходить последовательными этапами.

7. Заключение

В данном анализе была изучена предметная область, связанная с оказанием юридических услуг. Была произведена оценка факторов внешнего и внутреннего воздействия на предприятие, произведено построение и анализ его бизнес-процессов, а также разработана программа по их оптимизации.

В рамках работы была детально изучена деятельность Юридического агентства, основной деятельностью которой является предоставление юридических услуг. В результате анализа бизнес-процессов предприятия был выявлена необходимость их автоматизации.

Выявленные недостатки исследуемого бизнес-процесса связаны, в большой степени, с недостатком наглядности выполнения поставленных задач. Основными задачами программного решения являются организация контроля за деятельностью сотрудников, а также автоматизация учета клиентов, продаж, дел в едином хранилище данных.

Внедрение CRM-системы и создание сайта позволяет в комплексе автоматизировать бизнес-процессы предприятия, задачи оперативного и управлеченческого учета, анализа и планирования задач и сроков их выполнения.

Подводя итоги, можно сказать, что принятие предложенных решений позволит автоматизировать рассматриваемый бизнес-процесс, благодаря чему повысится уровень контроля за деятельность предприятия, а это, в свою очередь, даст возможность найма дополнительных сотрудников и увеличения количества заказов, увеличения прибыли предприятия, а также масштабирования бизнеса.