

العلامة التجارية الشخصية للمحامين



دليل مختصر

إذا لم تحدد علامتك التجارية القانونية الشخصية وتطورها،
فسيقوم الآخرون بذلك نيابة عنك.
وقد لا يعجبك ما يقولونه عن علامتك التجارية.

المحتوي

- 01 مقدمة.
- 02 ما هي العلامة التجارية الشخصية.
- 03 ماذا تعني العلامة التجارية القانونية؟
- 04 أهمية العلامة التجارية الشخصية.
- 05 الخطوات الأساسية لإنشاء علامة تجارية شخصية للمحامي.
- 06 أكثر الطرق فعالية لبناء علامتك التجارية الشخصية.
- 07 نصائح أخيرة.
- 08 خاتمة.

مقدمة.

قد لا يكون لدى شركات المحاماة والمحامين شعارات معروفة عالمياً أو شعارات جذابة مثل Apple أو McDonald's ، لكن هذا لا يعني أن المحامين ليس لديهم علامة تجارية. نظراً لأن الخدمات القانونية تعتمد على الأشخاص (مقارنة بالمنتج) ، فإن امتلاك علامة تجارية شخصية هو المفتاح في بناء وتنمية الممارسة القانونية. تدعم العلامة التجارية الشخصية للمحامي كلاً من تطوير الأعمال والتقدم الوظيفي.

بينما يفكر معظم الناس في شعار مبدع وعبارة مشهورة عندما يفكرون في علامة تجارية - فإن العلامة التجارية هي أكثر من ذلك بكثير. إنها الطريقة التي يُنظر بها إلى المنتج أو الخدمة. إنه ما يشعر به العميل المحتمل عند التعرف عليه. سمعتها ومعلوماتها وإضفاء الطابع الشخصي كلها ملتصقة معاً.

ما هي العلامة التجارية الشخصية؟

العلامة التجارية الشخصية هي مجموعة شخصيتك، والقيم التي تدافع عنها، والطرق التي تعبّر بها عن نفسك، والجوانب المميّزة لشخصيتك التي تنعكس في وعي الجمهور.

هذا الجزء الأخير هو المفتاح هنا، علامتك التجارية الشخصية ليست فقط كيف تريد أن يراك الناس ولكن أيضاً كيف يكون صدى شخصيتك وتجربتك معهم.

ببساطة: العلامة التجارية هي قصة.

كل شخص لديه قصة. يتضمن إنشاء علامة تجارية شخصية تحديد تلك القصة ومشاركتها باستمرار.

ويقول جيف بيزوس الرئيس التنفيذي لشركة أمازون:

"علامتك التجارية هي ما يقوله الناس عنك عندما لا تكون في الغرفة"

تؤثر الطريقة التي تقدم بها نفسك كمحترف على كل شيء من علاقاتك مع العملاء والزملاء إلى سمعتك في الصناعة. تعتبر العلامة التجارية الشخصية قراراً واعاً حول الطريقة التي تريد أن ينظر بها الآخرون إليك وجهداً مقصوداً لتشكيل تلك الصورة. يمكن للمحامين تسخير قوة العلامة التجارية الشخصية لتقديم أفضل الإصدارات لأنفسهم من أجل زيادة الفرص المهنية وتحقيق أهدافهم.

قد يكون من غير المريح بعض الشيء أن تفكر في نفسك كعلامة تجارية. لكن الحقيقة هي أن كل شخص لديه بالفعل علامة تجارية شخصية. ماذا يقول الناس عن عملك؟ ما هي الصفات التي يستخدمونها لوصفك؟ هل هم إيجابيون أم حرجون؟

يتم أيضًا سرد قصتك عبر الإنترنت. ماذا يقال عنك في الفضاء الافتراضي؟ لديك خيار لإدارة علامتك التجارية بنشاط أو تركها للمصداقة. سيسمح لك بناء علامة تجارية شخصية عن قصد بسرد قصتك كما تريد، لتثبت نفسك كخبير ورائد في مجالك وللتواصل مع عملائك الحاليين والمحتملين.

ماذا تعني العلامة التجارية القانونية؟

في المشهد الرقمي اليوم ، تعتبر علامتك التجارية الشخصية أكثر أهمية من أي وقت مضى ، بالنسبة للمحامين ، تعني العلامة التجارية إنشاء اسم معروف لك ولممارستك. علامتك التجارية الشخصية هي القيمة الفريدة التي تقدمها إلى الطاولة والتي سيستفيد منها عملاؤك. علامتك التجارية مبنية على سجلك ، وسمعتك ، وكيف تتعامل شخصياً مع القضايا ، وغيرها من الخصائص المميزة.

تتضمن العلامة التجارية الناجحة للمحامين جعل سماتك الفريدة معروفة لأكبر عدد من العملاء المحتملين المستهدفين وجعلهم على دراية كاملة بكيفية الاستفادة من العمل معك. عندما تقوم ببناء علامة تجارية تميزك في السوق ، فلن يُنظر إليك بعد الآن كسلعة ، وهذا سيجعل من السهل جداً الحصول على عملاء جدد وتنمية ممارستك.

من المهم التأكيد على أن المحامين الذين يعملون في شركة مع العديد من الزملاء الآخرين يجب ألا يعتمدوا فقط على العلامة التجارية للشركة لرفع قضاياهم وتعزيز حياتهم المهنية. يمكن أن تكون الشركة الراسخة ذات العلامة التجارية المعروفة ذات قيمة كبيرة . ولكن هناك الكثير من الأسباب التي تجعلك تمتلك علامتك التجارية الشخصية أيضاً

ونظراً لأن المحامين يعملون في مجال التعامل مع أشخاص آخرين. يساعد امتلاك علامة تجارية شخصية قوية على بناء علاقات عمل أفضل.

يتم تعيين المحامين من قبل الأشخاص لتقديم مشورة قانونية حول كيفية حل المشكلات المعقدة أو في قضية ما.

يريد الناس فقط العمل مع من يمكنهم الوثوق بهم.

علامتك التجارية الشخصية تهم الأشخاص بما فيهم:

- زملاء،
- العملاء الحاليين والمحتملين.
- أرباب العمل في المستقبل.

ضع في اعتبارك السيناريوهين التاليين:

في السيناريو رقم 1، أنت محامي شركات ممتاز، لكن لا أحد يعرف.

في السيناريو رقم 2، أنت محامي شركات ممتاز، لكن الكثير من المحامين في شركتك والشركات الأخرى يعرفون أنك محامي شركات ممتاز.

السيناريو الأول جيد ولكنه غير فعال. يمكن أن يؤدي السيناريو الثاني فقط بنجاح إلى جذب عملاء جدد وفرص عمل.

بعبارة أخرى، علامتك التجارية الشخصية هي أفضل طريقة لحشد الأشخاص المناسبين وراء أهدافك المهنية طويلة الأجل - وهي أهداف لا يمكنك تحقيقها بمجرد الظهور في العمل كل يوم.

وأسباب أهمية العلامة التجارية الشخصية كثيرة وهذا ما سنتحدث عنه،

أهمية العلامة التجارية الشخصية.

- يقوم المستهلكون القانونيون بتوكيل محامين أكثر من الشركات: تساعد سمعة شركة محاماة بالتأكيد ، ولكن في نهاية المطاف ، يرغب العملاء المحتملون في معرفة المحامي الذي سيمثلهم ، وعلى هذا النحو ، ستحتاج إلى بيعهم لك وخبراتك. سيكون هذا أسهل بكثير إذا كنت قد أنشأت علامة تجارية شخصية.
- العلامة التجارية الشخصية تُنشئ السلطة: تؤسس إستراتيجية فعالة للعلامة التجارية لك كسلطة وقائد فكري في مجال (مجالات) ممارستك ، مما يجعلك الشخص " اذهب إلى " عندما يكون لدى الأشخاص مشكلة قانونية (ضمن مجال ممارستك) التي تحتاج لإيجاد الحل.
- العلامة التجارية الشخصية تبني الثقة: ستساعد العلامة التجارية الشخصية المتطورة الناس ليس فقط على رؤية ما تقوم به بشكل جيد ، ولكن لماذا تفعل ذلك. تتيح العلامة التجارية الشخصية للأشخاص الارتباط بعلامة تجارية أو شعار والثقة في الخدمات المقدمة تحت هذا الاسم. في حالة المحامي الفردي ، يكون اسم المحامي. عندما يقدر الناس الخدمة ، سيعودون إلى نفس الشخص في حالة وجود أي دعوى. قد يوصون أيضًا بأحد زملائهم أو الأشخاص الذين قد يتعاملون معهم بمشكلة تقع في مجال ممارسته.

- **تكسبك العلامة التجارية الشخصية الاحترام:** من خلال امتلاك علامة تجارية راسخة ، ستكسب المزيد من الاحترام والتقدير من أقرانك ومن الجمهور.
- **العلامة التجارية الشخصية تجذب المزيد من العملاء:** عندما يكون لديك علامة تجارية شخصية راسخة ، فسيتم بالفعل جذب المستهلكين القانونيين مما يتيح لك عرض ما يمكنك القيام به لهم ، مما يسهل عليك التوقيع معهم كعملاء. هذا ، بالمناسبة ، يفيد الشركة التي تعمل بها أيضًا.
- **تزيد العلامة التجارية الشخصية من فرص الربح:** إذا كنت تهتم جيدًا بعملائك ، فستحصل على الكثير من الحالات بمرور الوقت بالإضافة إلى المزيد من العملاء الجدد ، مما سيقويك مشغولاً ويزيد أرباحك بشكل كبير.
- **توفر العلامة التجارية الشخصية المزيد من الفرص الوظيفية:** من خلال امتلاك علامة تجارية شخصية راسخة ، يكون لديك سيطرة أكبر على حياتك المهنية القانونية. يمكنك أن تصبح شريكًا رئيسيًا في شركة أكبر ، وتبدأ وتنمي ممارستك الناجحة ، وتصبح مؤلف كتاب ، أو متحدثًا ، أو تستضيف بودكاست أو برنامجًا إذاعيًا محليًا ، والفرص لا حصر لها.

- **تميزك عن غيرك:** سوق العمل اليوم تنافسي. يعمل عدد كبير من المحامين في مجالات مختلفة وبتزايد عددهم كل يوم. إذا كنت ترغب في تجنب العمل في المحيط الأحمر والتميز عن المحامين الآخرين ، فأنت بحاجة إلى التركيز على علامتك التجارية الشخصية كمحامي وتقويتها بطرق مختلفة..
- **علامة تجارية شخصية أقوى ، علاقات أقوى:** لا يخفى على أحد أهمية التواصل والتواصل مع أشخاص مختلفين. ينجح المحامي عندما يستطيع بناء علاقات قوية في مختلف المجالات. إذا كانت لديك علامة تجارية شخصية جيدة وأصلية ، فستجذب الأشخاص ذوي التفكير المماثل ، وبهذه الطريقة ، يمكنك التواصل مع الأشخاص ذوي التفكير المماثل. نتيجة لذلك ، ستزداد الإحالات والتوصيات الخاصة بك يوماً بعد يوم ، مما يوفر ميزة كبيرة لعملك. بصفتك محامياً بعلامة تجارية شخصية قوية ، فلن تحصل فقط على الفرص ؛ يمكنك أيضاً أن تصبح قناة للفرص للآخرين.

الخطوات الأساسية لإنشاء علامة تجارية شخصية للمحامي.

في البداية إليك بعض الأسئلة لمساعدتك على البدء في بناء علامتك التجارية الشخصية وتحديد رسالتك:

- ما هي خدماتك القانونية الأساسية؟
- ما هي القيم الأساسية الخاصة بك؟
- ما هي المهارات الخاصة التي لديك؟

• **تمثل الخطوة الأولى في تحديد هويتك ، وما هي شخصيتك ، وما الذي تريد تصويره للعالم الخارجي. يجب أن تكون أصيلة وأصلية. بغض النظر عن مدى جودة الممثل الذي قد تكون عليه ، فسوف تكشف في النهاية عن نفسك الحقيقية ، وإذا لم تكن هي نفسها التي كنت تصورها ، فسيتم اكتشافك مع الوقت وستتلف علامتك التجارية.**

• **الخطوة الثانية هي تحديد ما تفعله. يجب أن تكون واضحًا بشأن نوع المحامي الذي أنت عليه ، وكيف تخدم عملائك ، وما الذي يجعلك مختلفًا عن الملايين من المحامين الآخرين الموجودين . هذا أكثر من مجرد القول بأنك تركز في مجال تدريب معين ، على الرغم من أهمية ذلك. إنه تحديد ما ستفعله (وبالطبع ، لا تفعل) لإرضاء العميل أو مصدر الإحالة.**

- الخطوة الثالثة هي تحديد العملاء والجمهور المثاليين لتطوير علامتك التجارية. لا يمكنك أن تكون كل الأشياء لجميع الناس. ابدأ بإنشاء قائمة بالمعايير التي تحدد عميلك المثالي. وهذا ما يسمى أيضًا التسويق المتخصص أو التسويق المستهدف. عندما تنشئ قائمة بالعملاء المثاليين، يصبح من الأسهل بكثير إنشاء علامتك التجارية القانونية الشخصية للأسباب التالية:

1. يمكنك تحديد اللغة (لكل صناعة أو مجال تخصص لغته الخاصة) التي تستخدمونها حتى تتمكن من التحدث إليهم مباشرة ،
2. لديك القدرة على معرفة مكان تجمعهم عبر الإنترنت وخارجه.

- الخطوة الرابعة هي استخدام منصات الإنترنت وأدوات التسويق الأخرى. هناك المئات من أساليب تطوير الأعمال والآلاف من مواقع الويب التي يمكنك استخدامها لإنشاء علامتك التجارية القانونية الشخصية والحفاظ عليها. (يمكنك متابعتي للتعرف علي التسويق القانوني وكيف تقوم به)

- الخطوة الخامسة والأخيرة هي إدارة علامتك التجارية. وهذا يعني إبقائك دائمًا ومستمرًا أمام هؤلاء العملاء المثاليين. يجب وضع علامتك التجارية باستمرار أمام العملاء المثاليين والجمهور المستهدف. التحدث ، والكتابة ، ووسائل التواصل الاجتماعي ، والنشرات الإخبارية ، هي بعض الطرق التي يمكنك استخدامها لتكون مرئيًا.

أكثر الطرق فعالية لبناء علامتك التجارية الشخصية.

الآن بعد أن أصبح لديك فهم أفضل لما ستبدو عليه علامتك التجارية الشخصية، ستحتاج إلى اتخاذ بعض الإجراءات الحاسمة لبناءها. فيما يلي بعض أكثر الطرق فعالية للمحامين لبناء علامتهم التجارية الشخصية:

- بناء الموقع الالكتروني الشخصي حتى إذا كان لشركتك موقع ويب بالفعل، فإن إحدى أفضل الطرق لتأسيس علامتك التجارية الشخصية هي إنشاء موقع ويب منفصل لنفسك. اجعل موقع الويب الخاص بك ممتعاً من الناحية الجمالية وسهل للمستخدم، وملائماً لمحركات البحث، وقم بتضمين صفحة رئيسية، حول / لماذا توظفني، وصفحات لكل مجال من مجالات الممارسة التي تريد تسليط الضوء عليها. يجب أن يكون لديك أيضاً قسم للمدونات / المقالات القانونية حيث يمكنك نشر المحتوى بشكل منتظم.
- إضفاء الطابع الشخصي على ملفات تعريف الدليل القانوني الخاصة بك سيبحث المستهلكون القانونيون عن كتب في ملفك الشخصي في مواقع الدلائل القانونية المختلفة تأكد من تخصيص هذه الملفات الشخصية مع جميع المعلومات التي تريد أن يراها السوق المستهدف، بدلاً من مجرد امتلاك ملف تعريف عام.

- قم بتحسين ملفات تعريف الوسائط الاجتماعية الخاصة بك بالنسبة للمحامين وغيرهم من المهنيين ، فإن وجود ملف تعريف مقنع على LinkedIn يبرز بشكل فعال نقاط قوتك أمر لا بد منه. سينظر الكثير من الأشخاص إلى ملفك الشخصي على LinkedIn لمعرفة ما تدور حوله وما يمكنك القيام به من أجلهم. يجب عليك أيضًا التفكير في إنشاء صفحة Facebook متصلة بموقعك الشخصي ، وما بعد ذلك ، يعد Twitter منصة أخرى يستخدمها عدد متزايد من المحامين بفعالية. وغيرها من المنصات الأخرى مثل:

- Instagram
- YouTube
- TikTok
- Quora

- تطوير إستراتيجية تسويق محتوى مستمرة ومتسقة يمكن إكمال الخطوات الثلاث الأولى مرة واحدة ، وقد انتهت منها لفترة من الوقت ، على الرغم من أنك ستحتاج إلى إجراء تحديثات من وقت لآخر. الخطوة الرابعة هي الأصعب وربما الأكثر أهمية ، لأنها تتطلب جهدًا متسقًا ومركزًا. من أجل ترسيخ علامتك التجارية والبقاء في صدارة أذهان المستهلكين القانونيين ، تحتاج إلى الظهور في العديد من الأماكن عبر الإنترنت. وهذا يتطلب إنتاج محتوى على أساس منتظم.

يأتي المحتوى في عدد من الأشكال المختلفة. يعد التدوين المنتظم أحد أفضل الطرق للاحتفاظ باسمك ، وسيكون من الجيد إنتاج بعض مقاطع فيديو YouTube لاستكمال بعض هذه المدونات أيضًا.

يجب أن تكون متسقاً وصبوراً مع إستراتيجية علامتك التجارية الشخصية لترى نتائج ممتازة. تذكر أن تحافظ دائماً على نفس نبرة الصوت، وأن تدمج نفس أسلوب الإتصال، وتدافع عن نفس القيم عبر جميع قنوات الاتصال. ضع في اعتبارك أن تدوين مشاركات الضيف (guest posts)، والمشاركة في الأحداث التي تتم دون اتصال بالإنترنت وعبر الإنترنت لتكون دوماً في أعين الجمهور. إن وجود خطة محتوى مفصلة وإستراتيجية شخصية للعلامة التجارية لن يسمح لك بالخروج عن المسار الصحيح هنا. هناك مقولة على مفادها أن "المحتوى ملك". كلما زادت جودة المحتوى الذي تنتجه، زادت سرعة بناء علامتك التجارية الشخصية وفعاليتها. كل ما يتطلبه الأمر حقاً هو خطة تسويق محتوى فعالة وإجراءات متسقة.

- أخيراً ، أحد الأشياء التي يمكن أن تسرع العملية برمتها بالنسبة لك هو تمثيل الأدوار. بدلاً من إعادة اختراع العجلة ، قم بنمذجة تصرفات الآخرين الذين يحصلون على النتائج التي تريدها، وستحصل على نتائج مماثلة. ولكن لا تكن نسخة من غيرك أضف شخصيتك ولمستك الخاصة علي التصرفات والأعمال التي تقوم بها ولا تقوم بالتقليد الأعمي إذا كنت بحاجة إلى مساعدة في أي من هذه الخطوات ، فأخبرنا وسيسعدنا التحدث إليك.

نصائح Nancy Villanueva بشأن العلامة التجارية الشخصية:

تقول خبيرة العلامات التجارية نانسي فيلانويفا ، الرئيس التنفيذي لشركة Interbrand for Iberia والشرق الأوسط في حديث لها سابق حول أهمية بناء علامة تجارية شخصية من أجل النمو على المستوى المهني والشخصي،

حددت فيلانويفا خمس نصائح تشمل خمس خطوات رئيسية لبناء علامة تجارية شخصية قوية:

- **حدد طموحك:** أول شيء يجب عليك فعله عند بناء علامتك التجارية الشخصية هو تحديد طموحك. من المهم أن تفهم سبب وجودك كعلامة تجارية وما الذي تتطلع إلى تحقيقه. بمجرد أن تعرف إلى أين تريد الذهاب ، يمكنك البدء في تحديد المسار بناءً على ما يلهمك وهذا سيسمح لك بالوصول إلى هذا الطموح.
- **حدد ما تجيده:** من المهم جدًا أن تحدد مجموعة من المهارات التي ستميزك عن الآخرين لأنها ستكون شيئاً لا تجيده فحسب ، بل تستمتع به أيضًا. عادةً ما يكون الناس بارعين في الأشياء التي يستمتعون بها حقًا ، والعكس صحيح. يجب على المرء أن يصبّل هذه المهارات لكي يبرز من بين الحشود ويجعل نقاط قوته مرئية للبقية.

- **لديك رأي: عند بدء حياتهم المهنية**، يميل الكثير من الناس إلى الاعتقاد بأن رأيهم ليس ذا قيمة كافية، مما يؤدي بهم إلى إسكات أو التقليل من شأن آرائهم الخاصة. تشجع Villanueva الطلاب والمهنيين على التعبير عن آرائهم (دائمًا باحترام) وامتلاكها، بغض النظر عن المنصب. قد لا يجعلك هذا الأكثر شعبية بين المجموعة، ولكنه سيساعد بالتأكيد في بناء علامتك التجارية الشخصية وتحديد شخصيتك من البداية.
- **وازن وتكيف، لكن حافظ على صدقك مع نفسك:** مثل جميع العلامات التجارية الجيدة، عليك أن تتكيف مع التغيرات في المجتمع، ومتطلبات العملاء، والتقدم التكنولوجي، والاتجاهات / الأحداث العالمية، وما إلى ذلك من أجل الحفاظ على صلة وثيقة بالموضوع. سواء كان ذلك لتعلم مجموعة جديدة من المهارات أو تعديل المهارات الموجودة لديك، يجب أن تتعلم كيف تتكيف لتجعل نفسك أكثر جاذبية لعميلك (سواء كان ذلك صاحب عمل محتمل، أو مدير، أو شبكتك، وما إلى ذلك). يجب أن تظل دائمًا صادقًا مع نفسك. يجب ألا تتأثر قيمك الأساسية وما تدافع عنه بالعوامل الخارجية.

- أخط نفسك بأشخاص يمكنك التعلم منهم: من المهم أن تحيط نفسك بأشخاص تستمتع بقضاء الوقت معهم ولكن أيضاً يمكنك التعلم منهم. يجب ألا تقصر شبكتك على الأشخاص الذين يشاركونك نفس الاهتمامات فقط. في بعض الأحيان يكون الأشخاص الأكثر اختلافاً بيننا هم الأشخاص الذين يمكننا تعلم المزيد منهم - سواء كانوا في صناعة أخرى ، أو ينتمون إلى ثقافة أخرى ، أو يستمتعون بأشياء مختلفة. من الضروري أن تحيط نفسك بأشخاص يضيفون قيمة إلى حياتك ويكون لهم تأثير إيجابي عليك من خلال طاقتهم أو معرفتهم أو خلفيتهم.

خاتمة.

أخيراً، الصناعة القانونية هي سوق تنافسي ، ومع ذلك لا يوجد سوى نسخة واحدة من نفسك. الاستفادة منها. قم بالترويج لما يجعلك من أنت واستعرض ما تريد أن تشتهر به ، قم بتطوير علامتك التجارية الشخصية.

وتذكر إذا لم تحدد علامتك التجارية القانونية الشخصية وتطورها، فسيقوم الآخرون بذلك نيابة عنك. وقد لا يعجبك ما يقولونه عن علامتك التجارية.

واعلم أن البداية الرائعة هي عملٌ نصف منتهي. ومع ذلك، في بعض الأحيان، يكون الإستمرار في العمل وإنجاز النصف الآخر من المهمة أكثر صعوبة،

يجب أن تكون متسقاً وصبوراً مع إستراتيجية علامتك التجارية الشخصية لترى نتائج ممتازة. تذكر أن تحافظ دائماً على نفس نبرة الصوت، وأن تدمج نفس أسلوب الإتصال، وتدافع عن نفس القيم عبر جميع قنوات الاتصال.

كُن أصلياً وليس نسخة مكررة من غيرك لن يفيدك ذلك شيئاً بل سيضررك.

وتأكد من أن وجود خطة محتوى مفصلة وإستراتيجية شخصية للعلامة التجارية لن يسمح لك بالخروج عن المسار الصحيح .



عمرو عجوّة

"محامي وباحث قانوني مهتم
بالتكنولوجيا وأمن المعلومات،
متخصص في التسويق القانوني
وكتابة المحتوى"

amr agwaa

 Amr Agwaa

