ADVOKATFIRMAET

JOHANSEN & BLIDDAL

LØSNINGER – med fokus på **MENNESKET**

Prænominering til Innovationsprisen 2012

Advokatfirmaet Johansen & Bliddal søger med projektet "**LØSNINGER** - med fokus på **MENNESKET**" prænominering til Innovationsprisen 2012.

Der er flere elementer i projektet, men det, vi lægger størst vægt på, er **videndelingen**. Det er den, der danner basis for resten af elementerne i projektet.

Videndelingen vil primært bestå af brochurer og foredrag på web-tv - formidlet i et sprog, så både advokater og kunder kan forstå det.

Denne måde at formidle viden på tilgodeser både dem, der er audiovisuelt orienteret, og dem, der foretrækker at have tingene på skrift.

Ved at effektivisere videndelingen, vil der opstå et andet element, nemlig større fagligt overskud internt, der kan bruges til at gøre lidt ekstra for kunden.

Disse to elementer skal sammenholdes med det 3. element, som handler om den fortælling, storytellingen og imaget, vi vil forstærke, vi ønsker at skabe om virksomheden. Vi tror på, at vort tiltag i længden vil give større tilhørsforhold og loyalitet overfor os og dermed forstærke virksomhedens brand.

I sidste ende handler projektet om at optimere virksomheden internt såvel som eksternt. Det betyder økonomiske og tidsmæssige investeringer, der på kort sigt vil give udgifter, men som på den lange bane vil være med til at forøge vores økonomiske og faglige platform.

Vi vil altså i de kommende måneder, og indtil vor endelige indstilling, arbejde med:

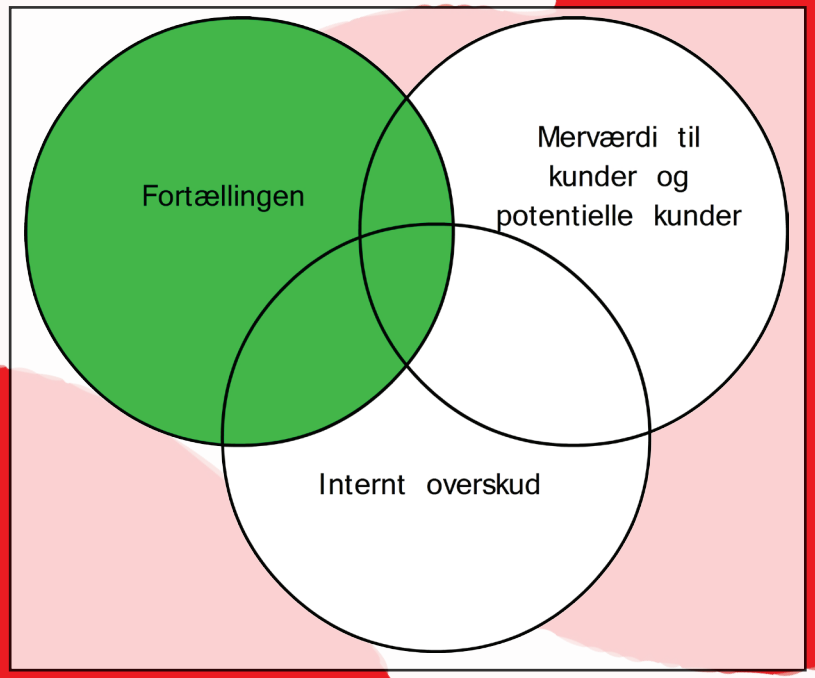
- nye måder at markedsføre os på: Hovedvægt på viral markedsføring med udgangspunkt i sociale netværk, artikler, brochurer, web-tv og pressemeddelelser.
- nye former for videndeling internt og med kunder: Produceres på én gang i form af brochurer og foredrag som web-tv, som gøres frit tilgængelige.
- udnyttelse af ny teknologi: Web-tv, videorådgivning, videokonference og sats på udnyttelse af sociale netværk.
- effektivisering af driften: Videndelingen vil give tidsbesparelse, blandt andet i forbindelse med forberedelse til møder med kunder.

Økonomien bag:

Tv-studie	Omk. 11.000 kroner
Software, Abobe CS 5.5 Master Collection	25.000 kroner
Web-kameraer til kontorerne	Omk. 2.000 kroner
Computer (redigering af foredrag og produktion af brochurer)	Omk. 5.000 kroner
Ekstra mikrofon	Omk. 10.00 kroner
Eksperimentet: kommunikationsmedarbejder og forsøgskanin Anders Hein	25.000 kroner/mdr.

Erfaringer siden november 2011:

- Over 800 visninger på YouTube af allerede producerede videoforedrag (http://www.paulex.dk/web-tv.html)
- To nye kunder på grund af web-tv-sats, en kunde afvist pga. interessekonflikt
- Ca. ti gange i lokale medier (aviser og radio)
- 208 unikke besøgende og 345 besøg på LeoShop.dk



Fortællingen

Vi vil gøre op med udtrykket "Udkantsdanmark." Vi mener, at udtrykket er misvisende i forhold til det potentiale, der er uden for de store byer, og at der er rigelig plads til udvikling og udfoldelse, selvom virksomheden ikke er beliggende i en stor by. Det er det, vi kalder "Idélandet." Og det er her, at vi vil udvikle os.

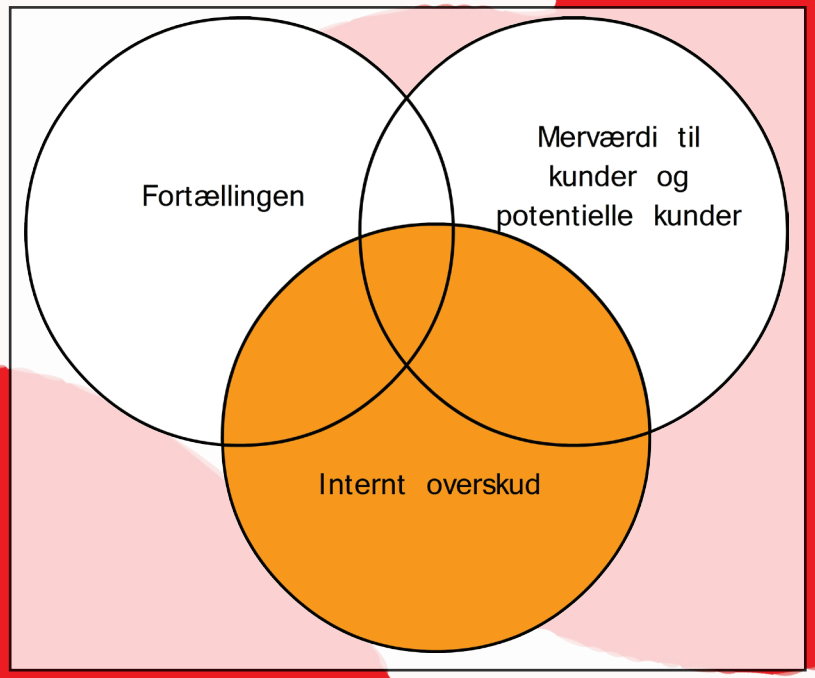
Samtidig vil vi gøre op med det lidt støvede image, som branchen har. Vi vil bryde rammerne og være villige til at tage skridt, som man ellers ikke forbinder med branchen.

Men det er ikke at være anderledes for blot at være anderledes. Processen skal være med til at udvikle virksomheden. Vores interne processer skal være mere strømlinede for at få det optimale fra medarbejderne. Udadtil skal vi være omstillingsparate og på forkant med udviklingen, samtidig med, at vi hele tiden holder den faglige fane højt og sørger for, at troværdigheden er i top.

Udviklingsprocessen bringer os samtidig ind på nye markeder. For godt et år siden startede vi et nyt koncept for ejendomshandel op. Derudover har vi startet en webshop op, hvor der er adgang til vores brochurer og foredrag, ligesom man kan booke foredrag med advokat Lotte Bliddal. Senere er det planen, at vi også vil gå forlagsbranchen i bedene.

Virksomhedens filosofi og motto, "**LØSNINGER** – med fokus på **MENNESKET,"** er en vigtig del af vores fortælling. Derfor ligger der også et portræt af os på vores hjemmeside (www.paulex.dk). Det er vigtigt for os, at det bliver kommunikeret ud, hvad virksomheden står for, ligesom det er vigtigt, at medarbejderne hele tiden ved, hvor langt vi er, og hvad næste skridt er.

Den eksterne kommunikation bliver primært etableret ved hjælp af PR og viral markedsføring, samt de vidensdelingstiltag, der både kan gøre nytte eksternt og internt.



Internt overskud

Vi vil med hjælp fra videndeling sørge for, at det er hurtigt at få et godt overblik over forskellige sagstyper og på den måde give tidsbesparelser i den lange ende.

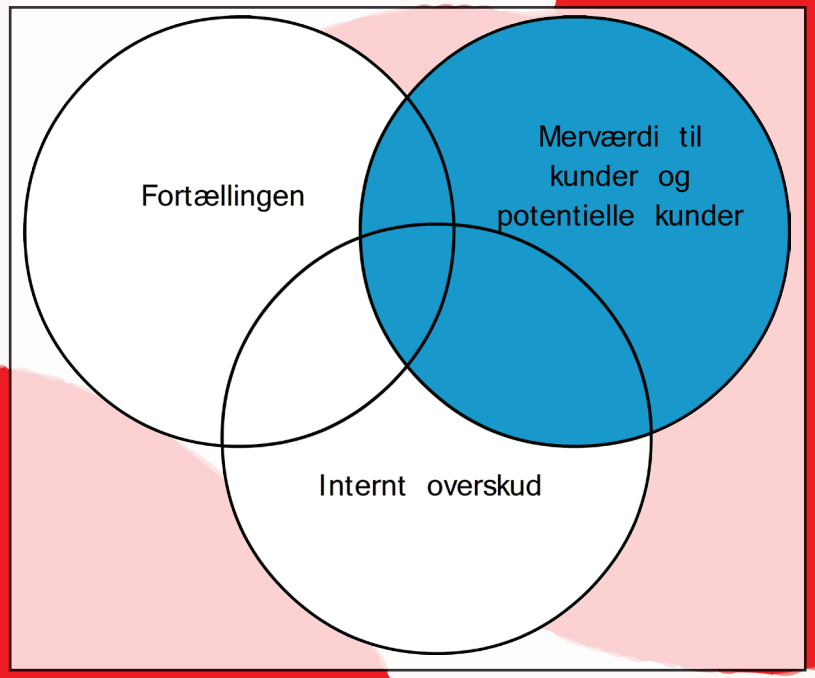
Videndelingen vil blandt andet blive skabt på baggrund af web-tv foredrag og brochurer om forskellige emner, der hurtigt kan give den fornødne viden, når de indledende møder med kunderne skal holdes. Der vil blive sparet yderligere tid ved at lave webformularer af skemaer om for eksempel testamenter, så kunderne i ro og mag kan sidde derhjemme og diskutere tingene igennem, hurtigt sende ind og dermed få et konkret tilbud, hvad omkostningerne vil blive.

Videndelingen nytter dog ikke meget, hvis der ikke er et fasttømret system for, hvordan videndelingen formidles. Derfor skal der skabes et intranet, hvor hele vidensdelingen er tilgængelig, og hvor medarbejderne hele tiden kan orientere sig om de nyeste tiltag. Intranettet vil dermed være en del af - men ikke hele - løsningen.

Det betyder dog ikke, at medarbejderne vil få mere tid her og nu. Der er i forvejen tryk på i virksomheden, og de kræfter, der skal lægges: At få skabt en systematisk videndeling betyder også, at der vil gå arbejdskraft fra de normale juridiske arbejdsopgaver.

Implementeringen af projektet vil også koste mandetimer, men timer, der i længden vil komme os til gode i kraft af effektiv informationsdeling. Et af projektets delmål er også at afprøve videndelingen ved at oplære kommunikationsmedarbejderen i de opgaver, en advokatsekretær ofte udfører.

Vil det give os mere tid i længden? Formentlig ikke. Vi kan allerede se nu, at vores projekt giver nye kunder, og jo mere, vi udvikler os, jo flere kunder vil der komme. Vi ser det som et godt tegn at have travlt, og bliver der travlt nok, må vi overveje, om det er på tide at indkalde forstærkninger. Dernæst må vi høste.



Merværdi til kunder og potentielle kunder

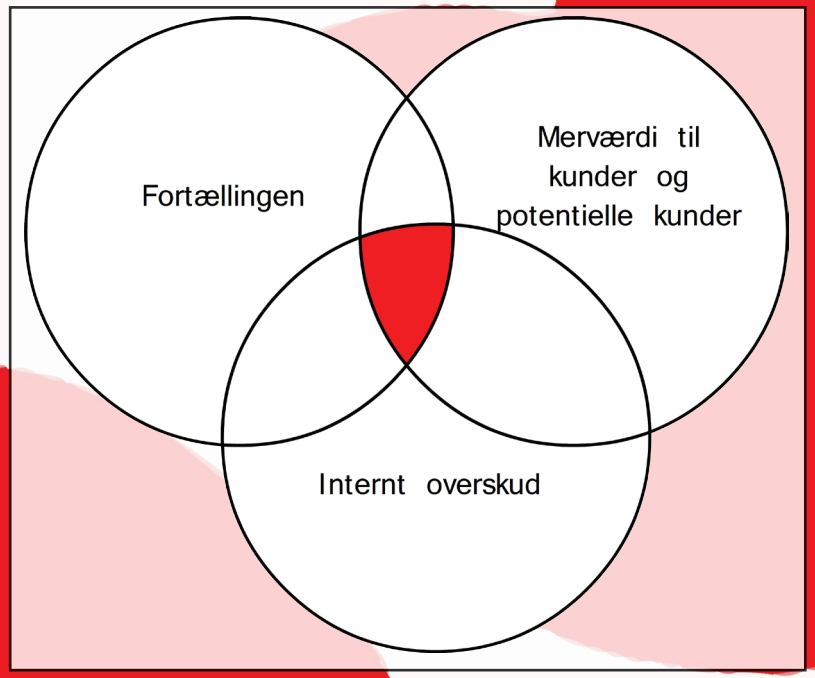
Det arbejde, der bliver gjort i at forbedre videndelen i virksomheden er alfa og omega i den ekstra værdi, vi vil tilbyde kunderne. Brochurer så vel som web-tv bliver stillet gratis til rådighed, forfattet i et sprog, så kunderne kan være med – og ikke kun jurister.

På den måde kan vi både give kunder og potentielle kunder lidt mere, end de forventer. De potentielle kunder henvender vi os blandt andet til via sociale medier såsom Google+, LinkedIn, YouTube, Facebook og DinBy. Derigennem opnår vi også viral markedsføring, og vi kan skabe interaktion med brugerne for at få nye input til, hvilke emner, der skal behandles i foredragene.

Den interaktion, vi skaber, vil være med til at skabe et tilhørsforhold og en loyalitet, hvilket kan medvirke til, at det er os, som potentielle kunder vælger, den dag de får brug for en advokat. De ved, at vi gør mere end forventet, og de vil derfor være prædisponerede for at vælge os.

Derudover kan vi bruge de data, vi indhenter fra de sociale medier til at optimere vores indsats på disse. Grundig monitorering vil give os data og indblik til at kunne rette fokus på de forskellige mediers primære og sekundære målgrupper.

Ved at starte videorådgivning via Skype og muliggøre videokonferencer vil vi samtidig være med til at give noget ekstra til dem, der i forvejen er kunder hos Advokatfirmaet Johansen & Bliddal. Det er alt andet lige mere personligt at kunne se den, man taler med frem for at foretage en normal telefonsamtale.



LØSNINGER - med fokus på MENNESKET

Med alle tre elementer kørt i stilling vil vi være i stand til at yde det bedste for kunderne. Juristerne kan hurtigt bringe sig ajour, de vil opnå mere overskud til at rådgive, og kunderne får en ekstra værdi.

Vi tror på, at projektet vil medføre, at kundeporteføljen vil blive forøget, mens interaktionen vil medvirke til, at vi har fingeren på pulsen omkring, hvilke behov kunder såvel som potentielle kunder har. Og dermed vil det også forbedre virksomhedens økonomiske grundlag.

Den ekstra tid, der på sigt bliver tilovers vil kunne bruges til at udvikle Advokatfirmaet Johansen & Bliddal yderligere til at give endnu mere merværdi til kunder og potentielle kunder samt til at udvide vores fokusområde ud over lokalområdet – uden at slække på vores kerneydelse:

LØSNINGER
- med fokus på mennesket

Det skal nås indenfor det næste halve år:

- Oprettelse af intranet og systematiseret videndeling
- Etablering af muligheder for videorådgivning og -konference
- Videreudvikling af eksisterende tiltag (videoforedrag m.m.)
- Videreudvikling af vores brand vha. viral markedsføring
- Udvikle og udfordre os selv, jf. projektet her