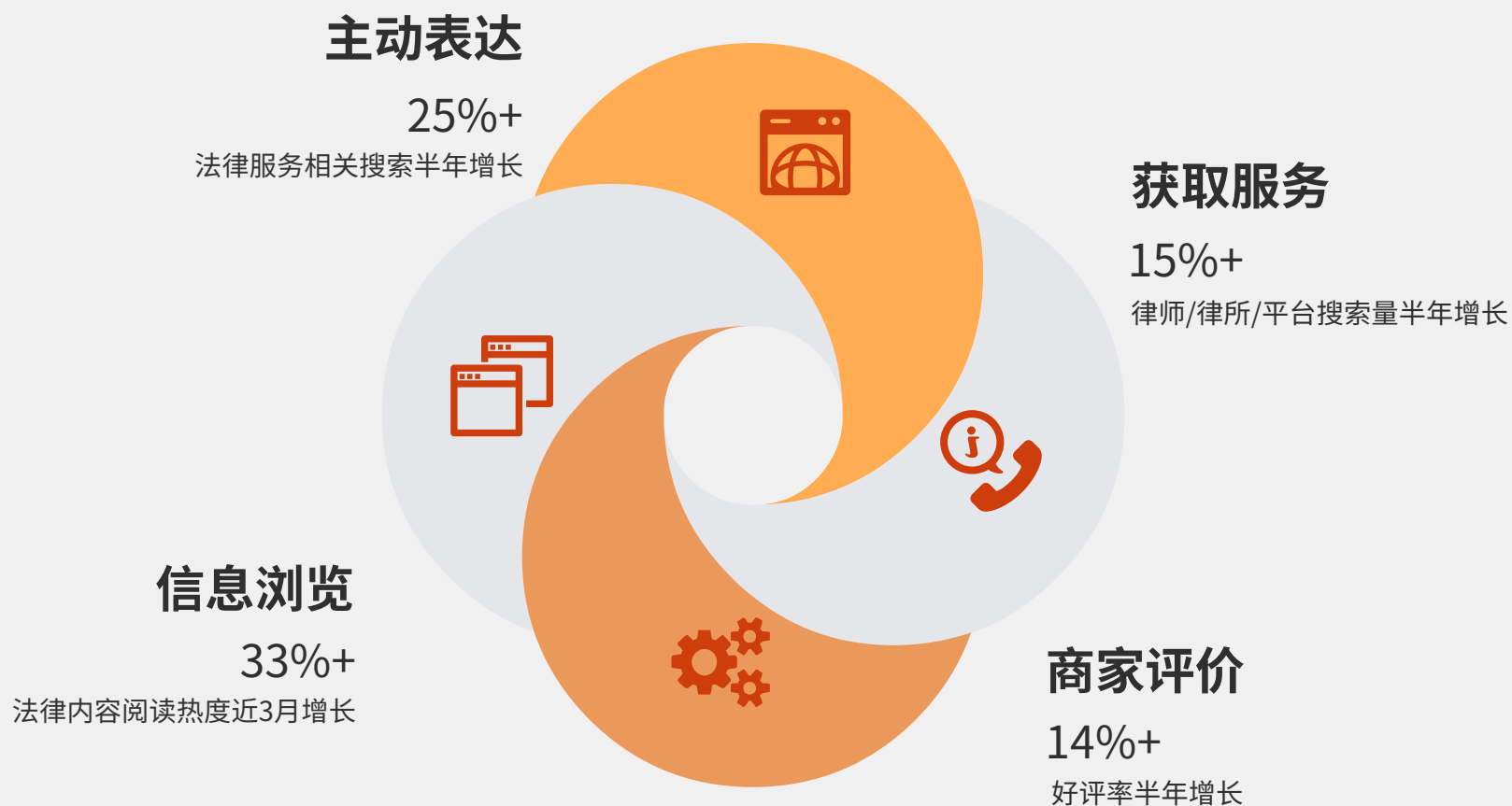


社会万象 百度有法

2022法律服务行业洞察

2022.09

- 2022年以来,《中华人民共和国法律援助法》《中华人民共和国噪声污染防治法》等多部法律相继施行,更好地服务于人民生活方方面面;
- 百度成立二十余载,点滴记录与见证了人民依法行事的进程,持续满足人民法律服务全景需求。



数据来源:百度搜索大数据,百度内容大数据,百度指数,百度观星盘,2022.01-2022.08

CONTENTS

1

紧跟市场态势

法律服务需求趋势

2

发掘用户机会

法律服务用户洞察

3

把握营销利器

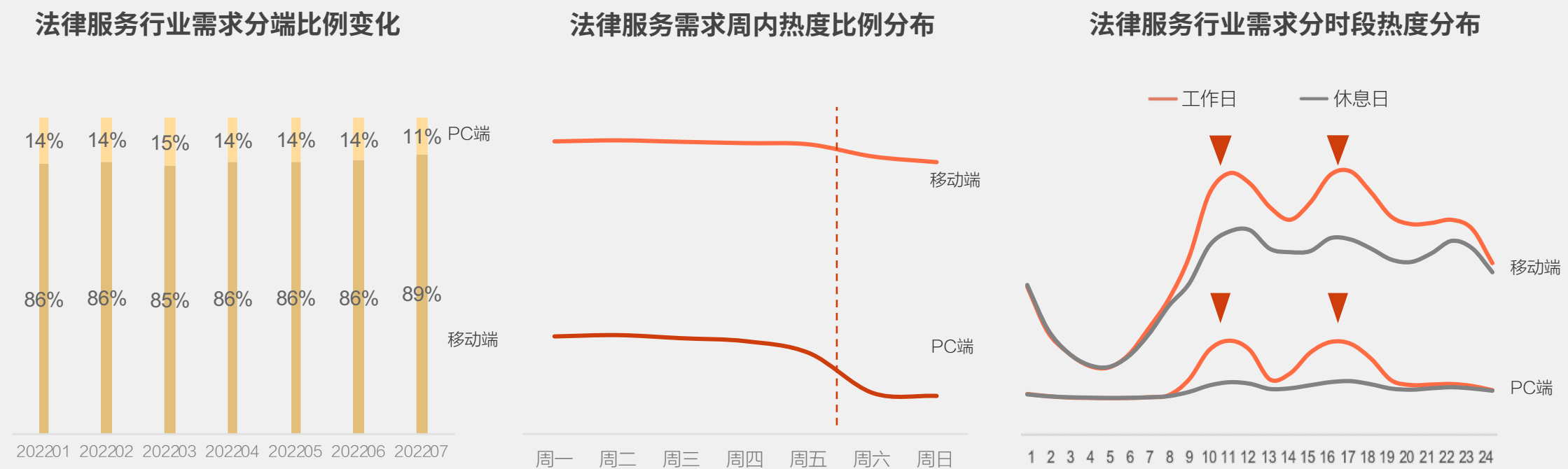
百度营销法律服务需求承接与满足

01

紧跟市场态势

法律服务需求趋势

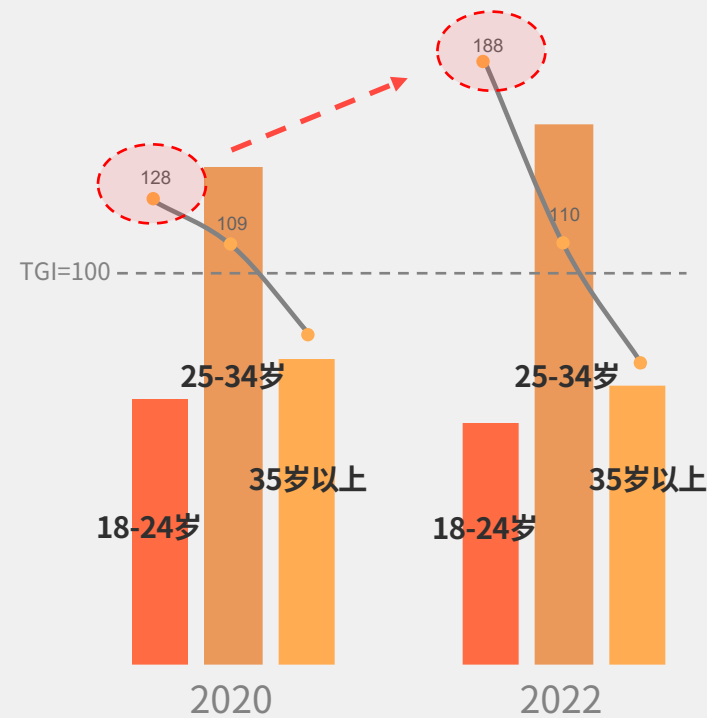
- 法律服务相关需求在周中与周末均有较高热度，工作日略高于休息日；
- 用户更愿意通过移动端检索法律信息，占比持续提升，约达九成。



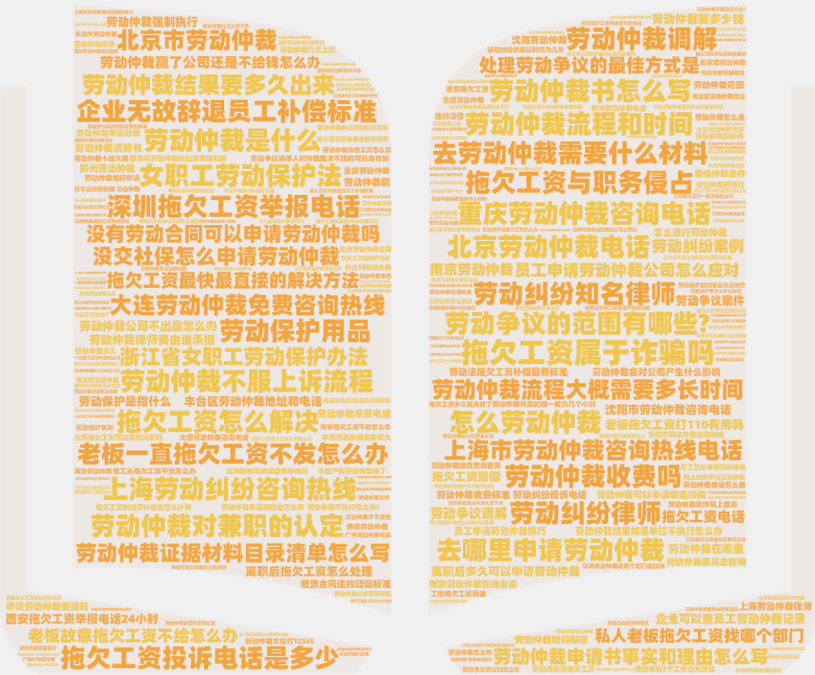
数据来源：百度搜索大数据，百度指数，百度观星盘，2022.01-2022.07；需求周内热度比例取数范围为2022.06-2022.07

- 18-24岁年轻群体对劳动纠纷相关法律意识更强，25-34岁职场人发展前期，对劳动纠纷相关法律需求较高；
- 用户职场相关法律需求主要集中于拖欠工资、补偿、劳动保护、劳动仲裁等日常工作生活中可能遇到的劳动关系纠纷中。

劳动纠纷相关法律需求年龄分布



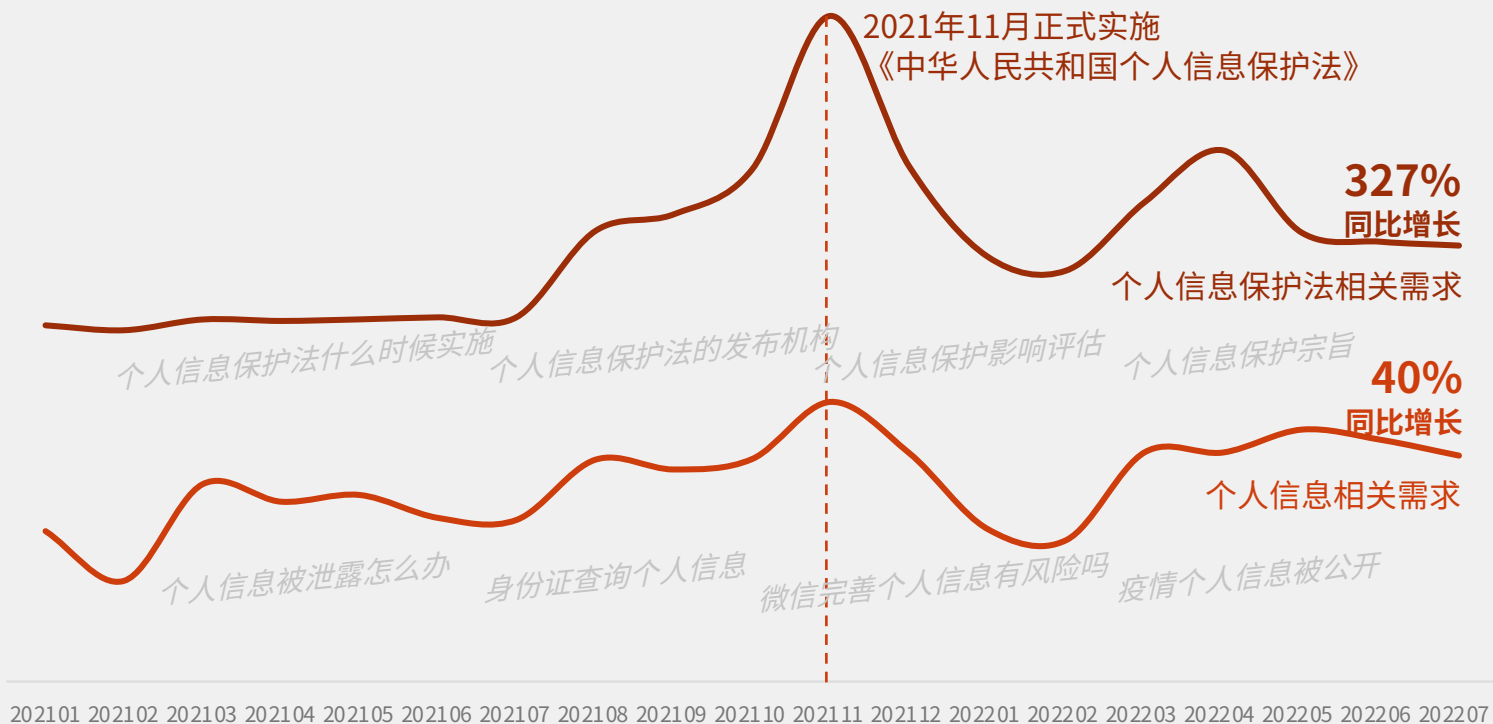
劳动纠纷相关法律需求关键词云



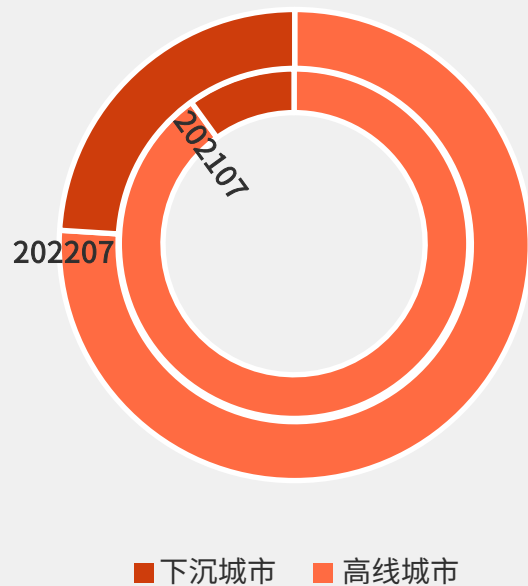
数据来源：百度搜索大数据，百度指数，百度观星盘，2020-2022

- 《中华人民共和国个人信息保护法》自2021年11月1日起施行，是一部保护个人信息的法律条款，受到广泛关注，有关个人信息保护法相关搜索同比增长327%，促进及带动个人信息相关搜索同比增长40%；
- 下沉城市在个人信息保护法相关需求占比有较大增长，对更好地维护公民信息权益以及数字经济的发展具有重要意义。

个人信息保护相关法律需求趋势



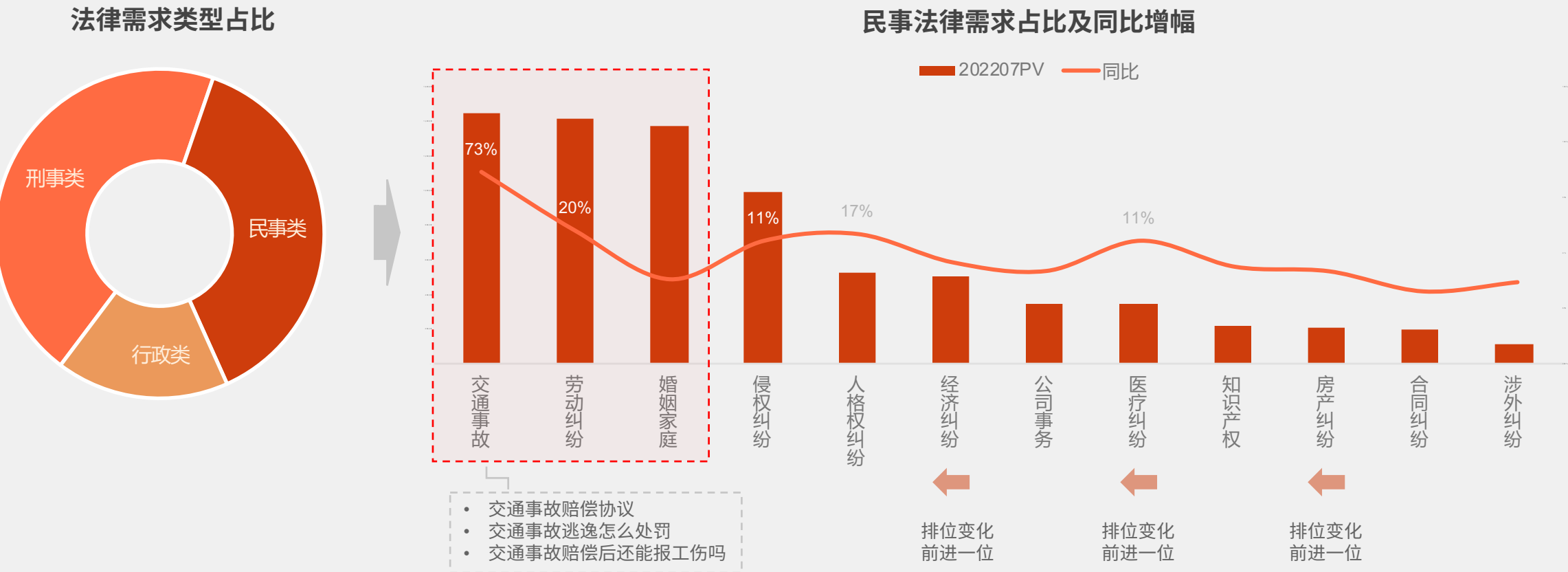
个人信息保护法相关需求城市线分布



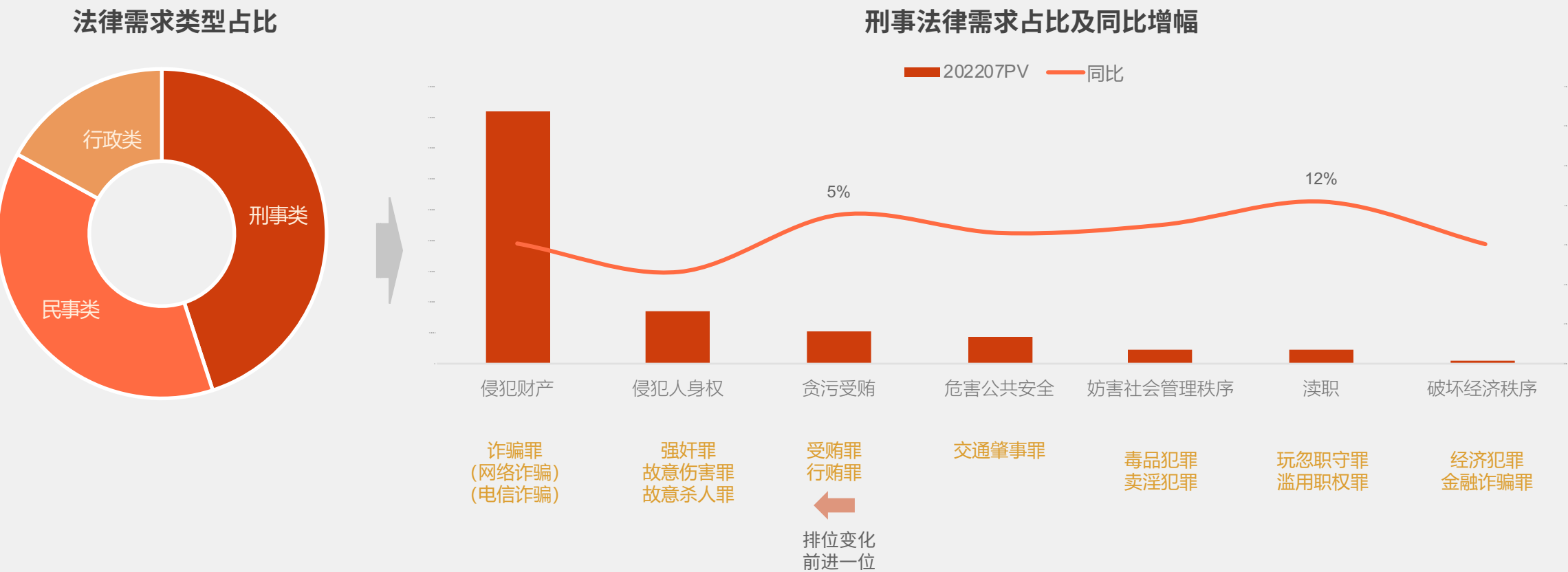
注：高线城市指一至二线城市

数据来源：桌面研究，百度搜索大数据，百度指数，百度观星盘，2021.01-2022.07

- 三大案件类型相关法律需求中，民事类法律需求占比约四成；
- 在民事类法律需求中，交通事故、劳动纠纷和婚姻家庭搜索需求占比最高，交通事故、劳动纠纷同比增速较高。



- 三大案件类型相关法律需求中，刑事类相关法律需求约占四至五成；
- 在刑事类法律需求中，维护居民财产权和人身权的法律需求较高，对贪污受贿、渎职罪相关法律需求增长较高，贪污受贿相关法律需求排位前进。



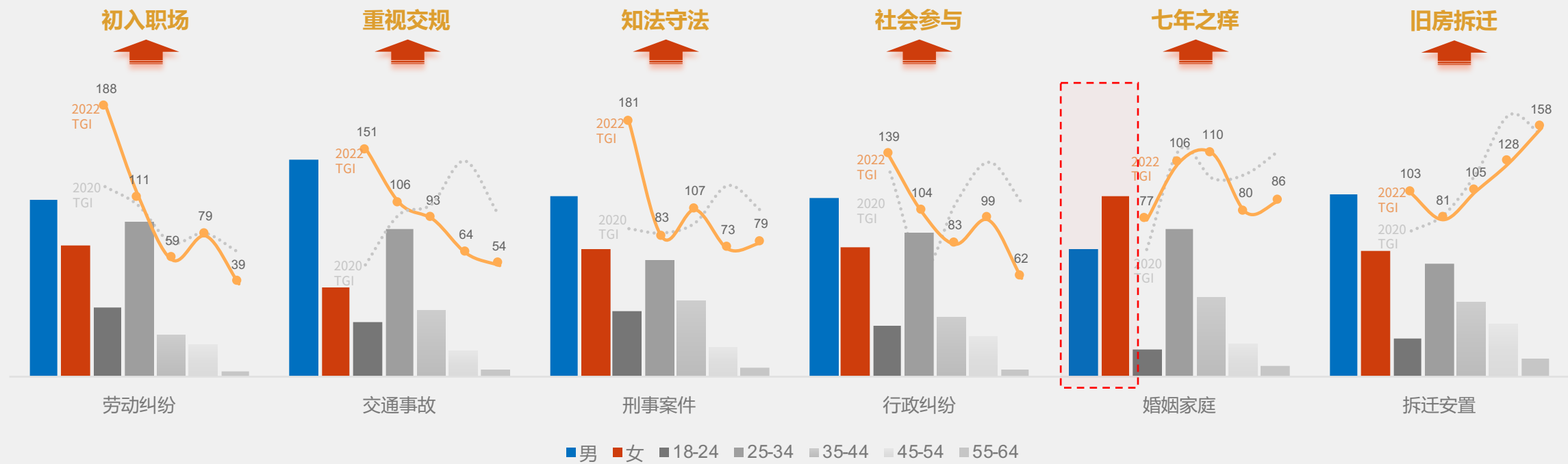
02

发掘用户机会

法律服务用户洞察

- 交通事故、拆迁安置等类法律需求，主要以男性为主；婚姻家庭类法律需求，女性占比较高；
- 年轻人群对各类法律服务需求占比显著度增强；年轻阶段，初入职场所需劳动之法维护；婚姻初期（七年之痒），婚姻家庭之法来调节；人到中年，拆迁安置之法保障。

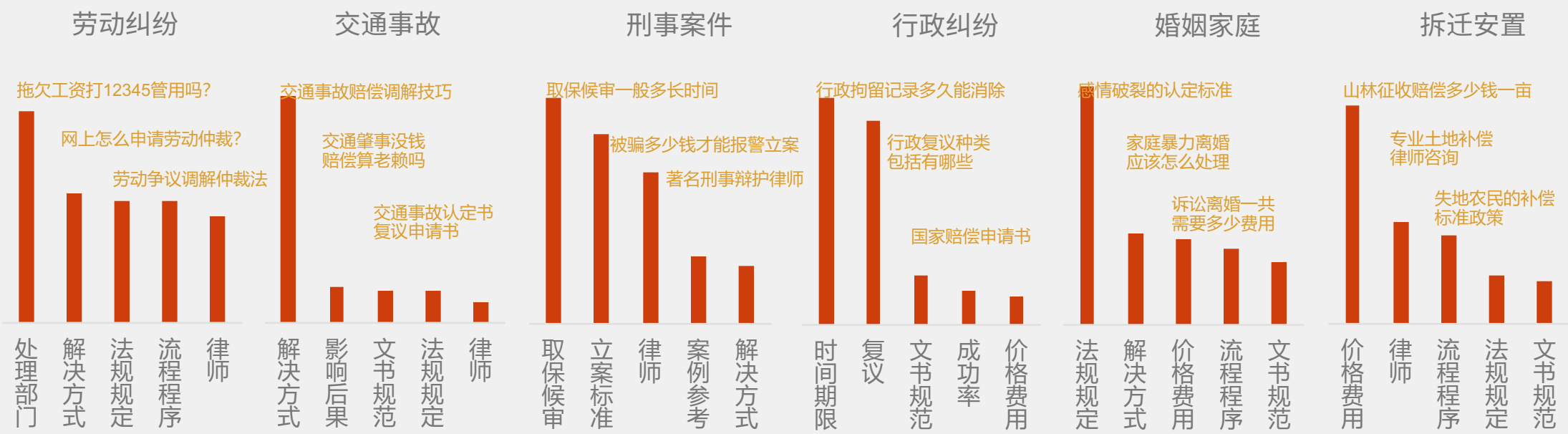
法律行业各类需求搜索用户画像分布



数据来源：百度搜索大数据，百度指数，百度观星盘，2022.07

- 民事案件中劳动纠纷类主要关注处理部门，交通事故类最主要关注解决方式，婚姻家庭类则更关注法规规定；
- 刑事案件类最关注取保候审和立案标准，行政纠纷类更关注时间期限和行政复议，其中拆迁安置则最关注价格费用与律师的选择。

法律行业各类需求搜索关注点热度分布



数据来源：百度搜索大数据，百度内容大数据，百度指数，百度观星盘，2022.07



案件解读内容



↑ 24%
阅读热度



↑ 28%
人均时长



↑ 35%
互动热度

现象普法内容



↑ 43%
阅读热度



↑ 33%
人均时长



↑ 43%
互动热度

法律条例内容



↑ 46%
阅读热度



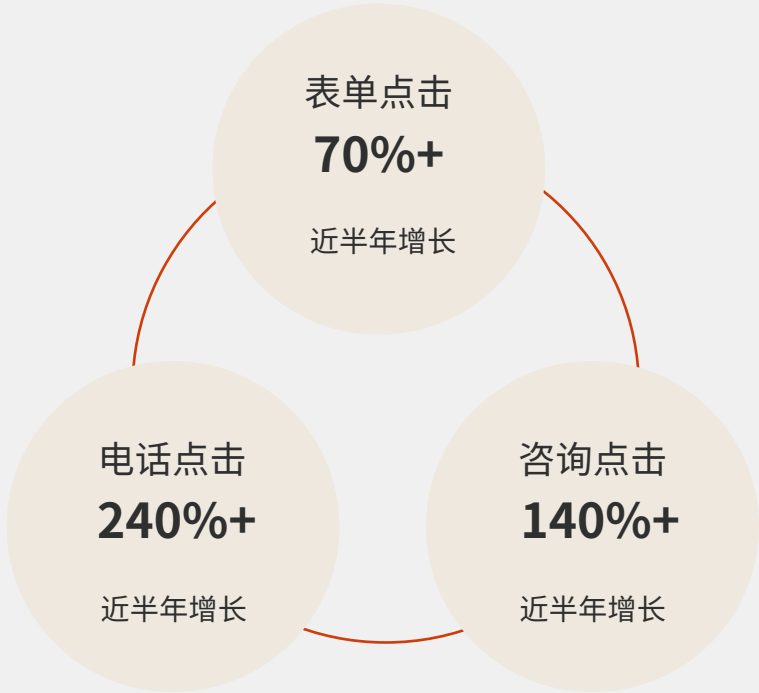
↑ 39%
人均时长



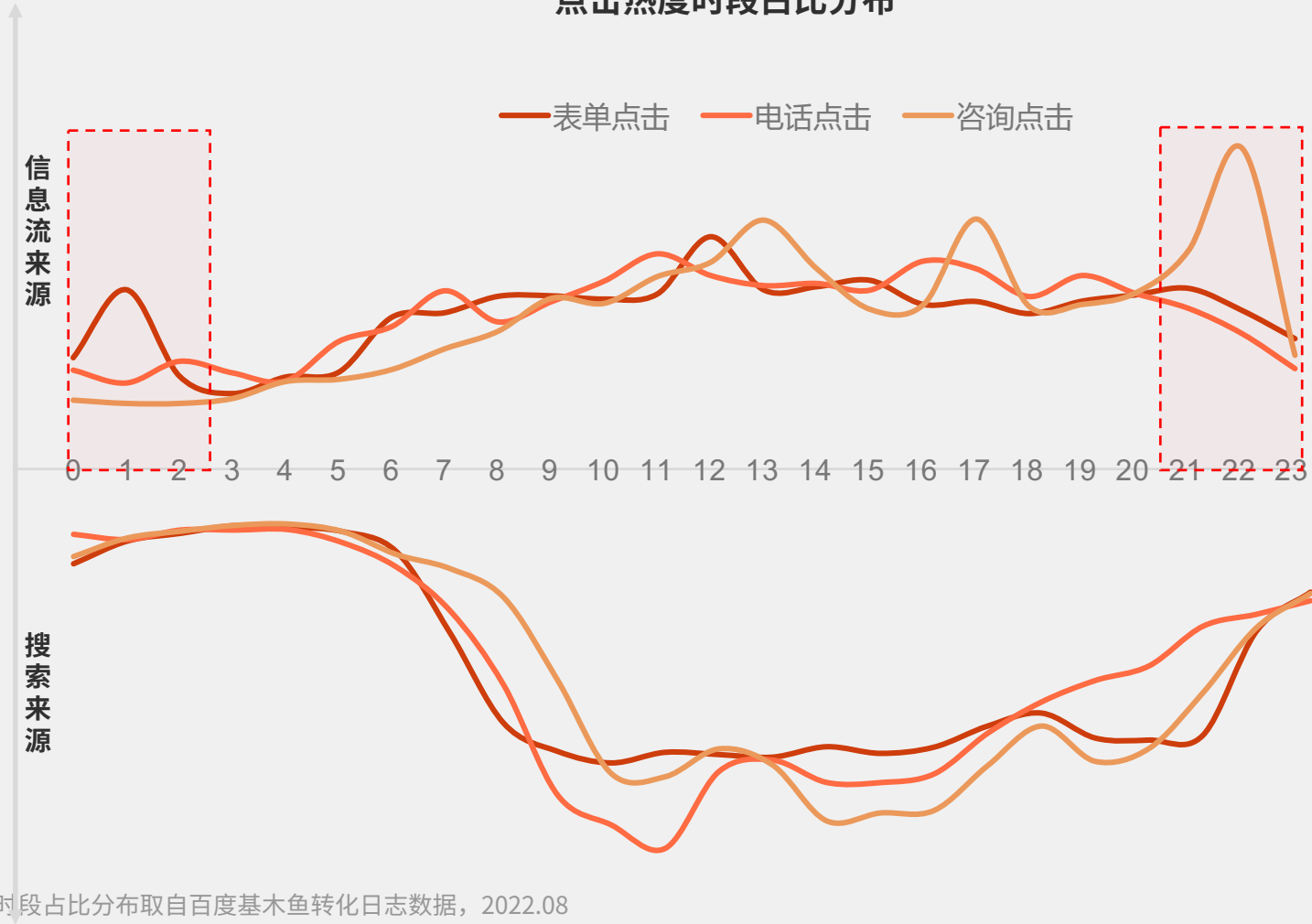
↑ 45%
互动热度

*圆圈大小表示量级大小关系

法律行业各类点击热度增长

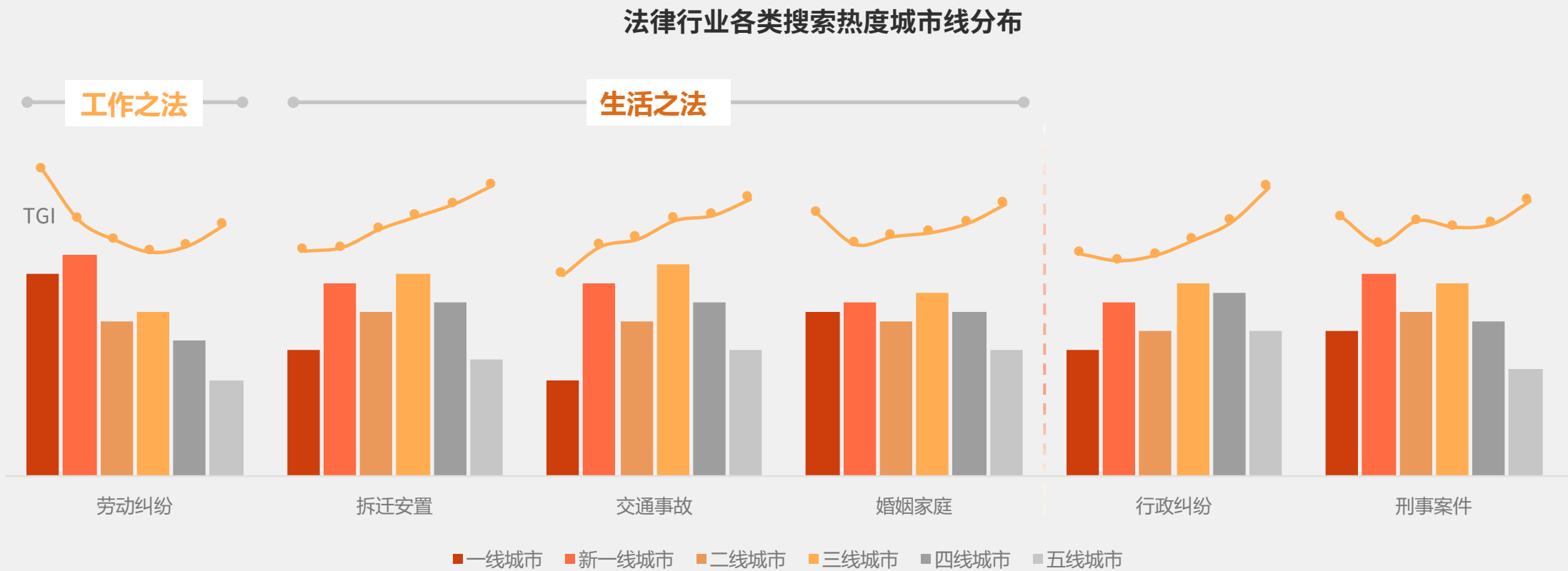


点击热度时段占比分布

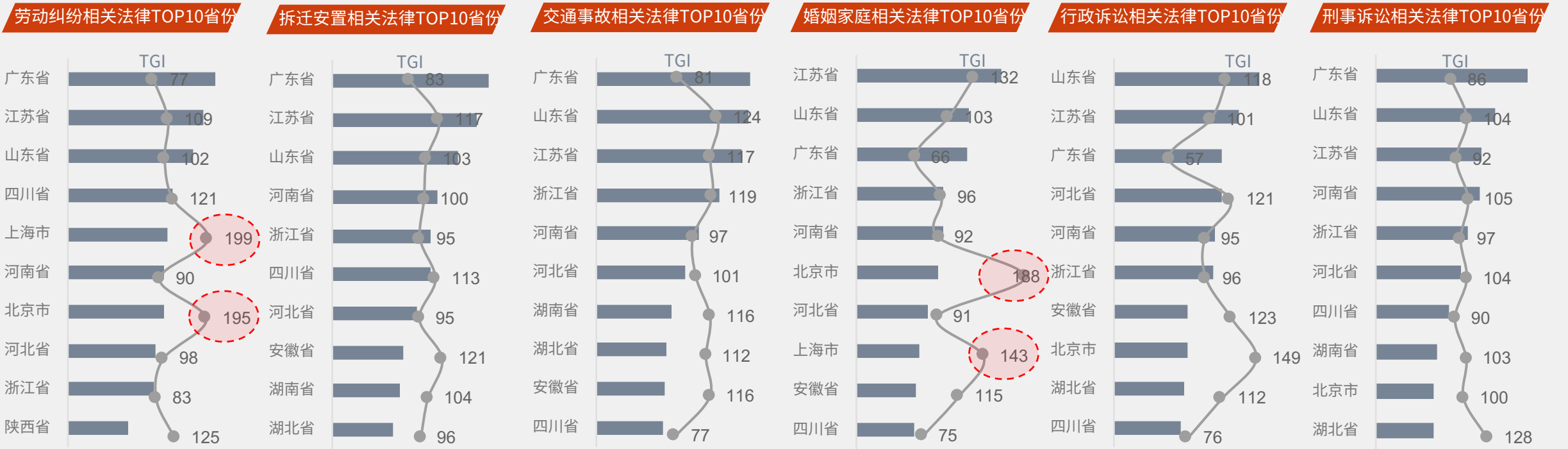


数据来源：点击转化增长取数范围为2022.03-08；点击热度时段占比分布取自百度基木鱼转化日志数据，2022.08

- 一二线城市对劳动纠纷等与工作相关度高的法律需求较高；
- 三线及以下城市对拆迁安置、交通事故和婚姻家庭等与生活相关度高的法律需求偏好度较高。



法律行业各类搜索热度省份分布



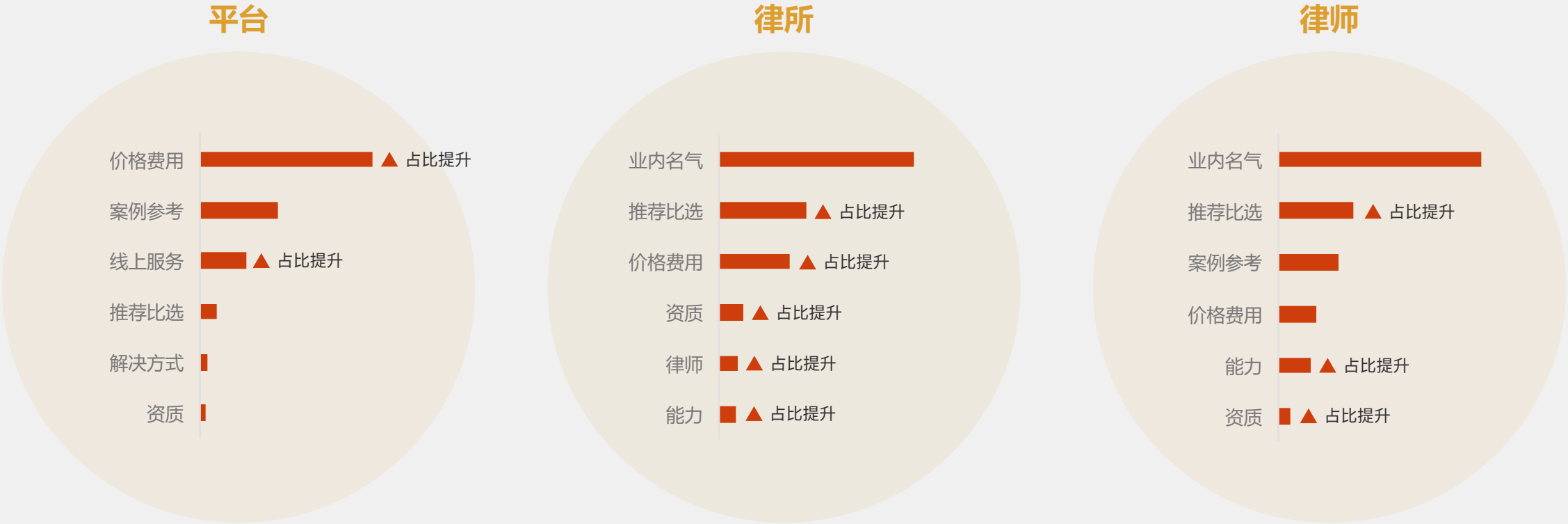
数据来源：百度搜索大数据，百度指数，百度观星盘，2022.07

- 找平台、找律所、找律师构成用户寻求法律服务三大途径，找平台和找律所需求占比较高，得到更多关注与信赖；
- 年轻人更倾向通过线上平台、找律所等方式解决法律问题，年长者更偏好直接寻求律师帮助。



数据来源：百度搜索大数据，百度指数，百度观星盘，2022.07

- 法律平台做好法律服务，应该标识服务价格范围，并不断充实平台案例，供日益增加的年轻用户参考；
- 律所与律师的品牌知名度作为用户决策的重要考虑因素之一，仍需持续进行品牌推广，从推荐/资质/能力等多维度，保持及扩大品牌知名度。



数据来源：百度搜索大数据，百度指数，百度观星盘，2022.07，占比对比范围为2022.07vs2021.07

03

把握营销利器

百度营销法律服务需求承接与满足

针对咨询未留联用户

释义

私信唤醒：继承商业场景咨询会话，提升咨询转化

场景举例

客户：用户发起咨询后又离开了，『我』想再次联系『TA』

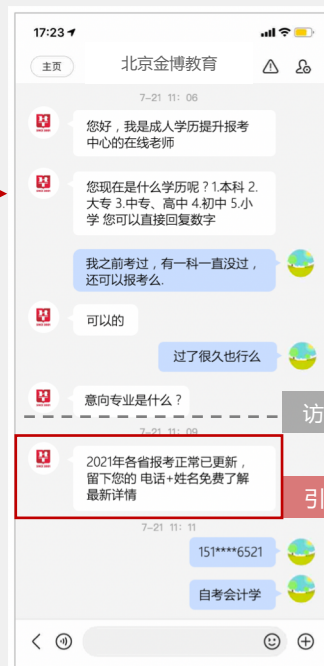
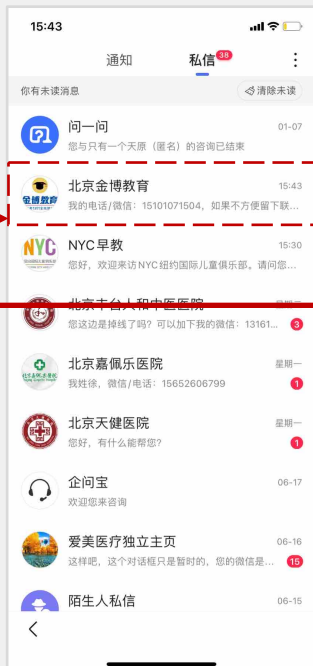
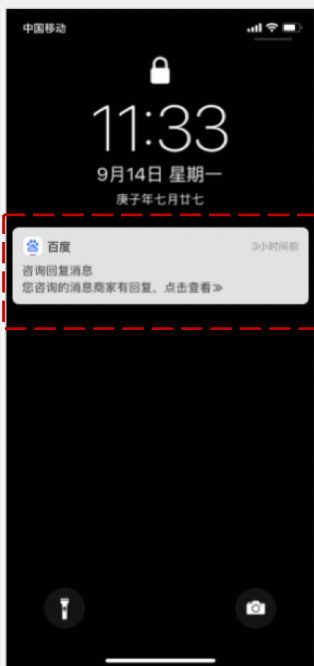
网民：我之前访问了一个商家的落地页并且点了咨询，但是有事耽搁，没咨询成功，不知道怎么再次与商家进行联络

通知栏-对话唤醒

我的-私信入口

私信列表

私信咨询页



撬动**69%**浏览未转化且仍停留百度的高意象人群

效果

蓄流量、高唤醒、促转化

依托百度APP高效触达能力，push/小红点/应用内提醒
规模化精准触达

- **流量拓展：**针对高转流失用户，强化触达
- **高效唤醒：**溯源圈定目标，挽回高意向用户
- **线索转化：**复用咨询能力，缩短用户留联路径

系统唤醒

· 系统/自定义唤醒语
· 系统会自动在用户离开后自动唤醒

1/5/10/25min

“保驾护航”
系统个性化兜底

客服唤醒

· 客服发送消息唤醒
· 用户离开后，系统会识别可唤醒网民，并在对话框进行系统提示

-实时

“稳操胜券”
客服实时唤醒

精准触达，高效唤醒，拓客有道

号主页 卡券/关注领券



号首页 导流商城



号文章 挂载电话组件



号文章 挂载营销页



品牌运营

- 号首页卡券能力：支持关注领券以及卡券专属活动位置，促进活动运营转化。
- 号首页跳转链接：支持跳转店铺/营销页，实现私域到商域的回流。

内容运营

- 文章挂载电话组件分发，用户点击卡片后可一键拨打电话联系商家，帮助企业缩短转化路径。
- 图文挂载营销页：导流商城，提升获客效率。

➤ 用户通过线上评价的产品能力，对商家和服务进行评价，同时披露在广告的固定入口，方便其他用户直观评估商家的服务，助推消费决策，促进商家重视服务。

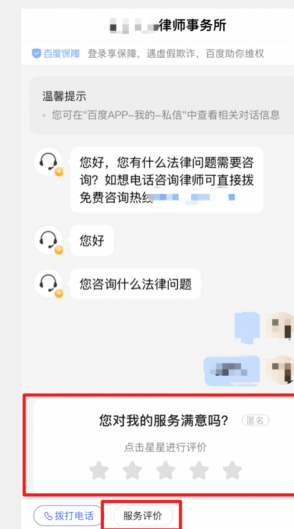


商家评价五大入口



服务评价

咨询页服务评价



百家号内容群聊直达



群内60%的用户主动开口



高潜用户群聊转化



群聊价值：通过百家号的群聊能力，达到「私欲蓄水，增加人群资产」的效果。成功将决策路径较长的用户引入群聊进行长期的服务和转化

群聊玩法：

- 群聊内日常科普法律知识
- 群内互动，解答用户法律问题
- 高价值用户，群内引导私聊转化

群聊效果：

- 法律客户潜在转化意向用户群聊邀请卡点击率**9%**，进群率**70%+**
- 法律群内用户开口率**60%**

1

- 用户法律需求持续增长，工作日需求更高，移动端优势扩大
- 年轻人『整顿职场』：25-34岁职业发展期人群劳动相关法律需求占比增强
- 个人信息保护法实施，下沉城市用户对个人信息保护法关注度占比提升
- 民事类法律需求贴近日常生活经验，交通事故、劳动纠纷等相关法律需求较高
- 刑事案件类法律需求中，维护财产权与人身权相关法律需求最高

紧跟市场态势

宏观层面知悉法律服务环境趋势；
细节层面保持热点需求敏锐嗅觉

2

- WHO：男女年龄皆有别，年轻人需求偏好增强，法律需求相伴人生各阶段
- WHAT：用户法律服务需求以解决实际问题为主要目的，不同案件各有侧重
- WHAT：案件解读类『热知识』内容用户阅读互动热度更高，条例解读类『硬科普』内容阅读互动热度增长更快
- WHEN：转化点击热度快速增长；搜索点击更聚集于日中，信息流点击在晚间与凌晨对搜索形成有力补充
- WHERE：高线城市对劳动纠纷等工作相关法律需求偏好更高；北京、上海对劳动纠纷及婚姻家庭相关法律需求倾向更高
- HOW：平台与律所需求热度占比提升；年长者更偏好寻求律师，线上平台与专业律所更受年轻人青睐
- HOW：平台应注重价格透明、案例丰富；律师事务所律师从多方面精细化提升知名度

发掘用户机会

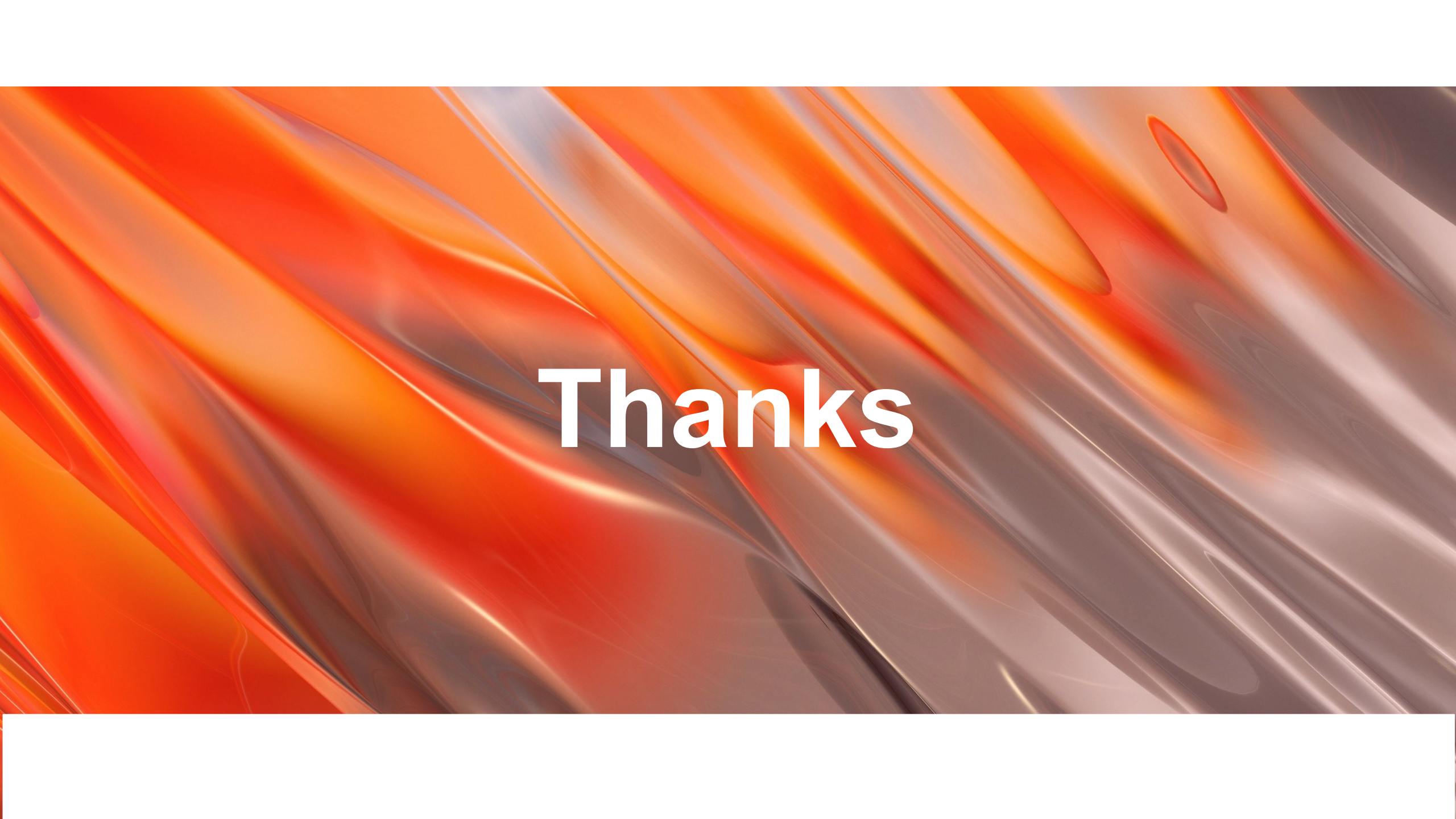
针对不同用户群关注特征，调整
营销沟通方式；借势热点与打磨
干货结合吸引用户关注；多渠道
多形式品牌塑造，影响用户心智

3

- 私信唤醒：流量扩容，打通百度APP私信场景，多维触达拓量
- 号商一体：号场景转化直达，高效连接用户，助力律所获取更多转化
- 评价经营：用户咨询时表达感受意愿增强，口碑快速建立信任感
- 群聊经营：私域蓄水新场景，有效增加人群资产

把握营销利器

百度营销多元商业玩法，应用丰
富的营销创新，投入持续的阵地
经营，提升法律服务客户营销效
率与品牌建设



Thanks